



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ECONOMÍA

CARRERA ECONOMÍA

Tesis previa a la obtención del título de Economista.

Tema:

**“DISEÑO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA  
JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**

**Autores:**

JESSICA ALEXANDRA CAPA REY.

ANA KARINA DUARTE BONILLA.

**Director de tesis:**

ECON. PATRICIO MARCELINO ALMEIDA GUZMÁN.

2013

## **DEDICATORIA**

*Este trabajo de investigación va dedicado con mucho orgullo a quienes nos acompañaron y motivaron a culminar esta etapa de formación profesional.*

*En especial a nuestros padres que con su ejemplo de vida, inmenso amor y gran sacrificio, siempre nos guiaron por el camino del bien y nos orientaron a culminar nuestros propósitos estudiantiles con esfuerzo tesonero, dedicación y responsabilidad, ellos han sido el pilar fundamental de nuestras vidas y el mejor ejemplo a seguir*

*A nuestros hermanos por darnos ánimos, apoyo y confianza para continuar y avanzar sin pausa alguna en las metas fijadas desde el momento que comenzamos a estudiar.*

*En fin a todas las personas que forman parte de nuestras vidas les dedicamos este esfuerzo lleno de esmero y gratitud, gracias por brindarnos sus sabios consejos, valores y principios que siempre los llevaremos en nuestros corazones.*

*Jessica Alexandra Capa Rey y Ana Karina Duarte Bonilla.*

## *AGRADECIMIENTO*

*Queremos agradecer especialmente a Dios, por las bendiciones recibidas en el transcurso de este tiempo en la elaboración de nuestra tesis y permitirnos culminar una de nuestras metas más anheladas.*

*A nuestro director de tesis Econ. Patricio Almeida el cual con su tiempo, dedicación, responsabilidad y experiencia ha sabido guiarnos y orientarnos con éxito para la culminación de nuestra tesis de grado.*

*Además agradecemos a nuestros profesores de la Facultad de Ciencias Económicas por transmitirnos sus conocimientos y enseñarnos a crecer como personas.*

*Finalmente a todas las personas que nos brindaron su ayuda desinteresada permitiendo integrarnos en sus tareas, especialmente a la Junta Parroquial de Julio Andrade por abrirnos las puertas para poder desarrollar con éxito nuestra investigación.*

*Jessica Alexandra Capa Rey y Ana Karina Duarte Bonilla.*

## **AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL**

Yo, JESSICA ALEXANDRA CAPA REY en calidad de autora de la tesis realizada sobre **“DISEÑO DE UN CIRCUITO TURISTICO PARA LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8,19 y demás pertinentes a la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 17 de Abril del 2013



.....  
FIRMA

JESSICA ALEXANDRA CAPA REY

1718512849

jessialex17@hotmail.com



## **AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL**

Yo, ANA KARINA DUARTE BONILLA en calidad de autora de la tesis realizada sobre **“DISEÑO DE UN CIRCUITO TURISTICO PARA LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”**, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autora me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8,19 y demás pertinentes a la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Quito, a 17 de Abril del 2013

  
.....

**FIRMA**

**ANA KARINA DUARTE BONILLA**

1722686951

karyd\_150387@hotmail.com

Quito, 17 de Abril del 2013.

Señor Economista  
Enrique Lasprilla  
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
Presente.

De mis consideraciones:

Me permito informar a usted que la tesis titulada "DISEÑO DE UN CIRCUITO TURISTICO PARA LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTON TULCAN, PROVINCIA DEL CARCHI", desarrollada por las señoritas egresadas de la Escuela de Economía, Jessica Alexandra Capa Rey y Ana Karina Duarte Bonilla, ha concluido.

Al respecto debo manifestar que se han realizado varias reuniones de trabajo, que en conjunto ocuparon más de 100 horas, pues se debían cumplir con todos los requisitos que requiere una investigación seria y expedita sobre el tema planteado.

Con estos antecedentes, me permito sugerir la aprobación de la tesis, así como le solicito se realice el trámite correspondiente para la conformación del tribunal que evalúe el trabajo escrito y tome el grado oral.

Atentamente;



Econ. Patricio Almeida Guzmán.  
DIRECTOR

710 cc

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD CIENCIAS ECONOMICAS

Tel. 523211 - 529125 - 521641 Apartado 1088 Quito - Ecuador

=====

## DEPARTAMENTO DE TESIS

### CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

ESCUELA DE: ECONOMÍA

TITULO DE LA TESIS: "DISEÑO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI".

EGRESADAS: CAPA REY JESSICA ALEXANDRA y DUARTE BONILLA ANA KARINA

#### CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:

Los objetivos definidos en la investigación han sido alcanzados, es así que el objetivo central de diseñar un circuito turístico para la Parroquia Julio Andrade, se ha cumplido.

En cuanto a los objetivos específicos: se realizó un inventario de los atractivos y servicios turísticos de que dispone la parroquia. Asimismo se diseñó la propuesta para mejorar dichos atractivos turísticos. Finalmente se efectúa una propuesta completa de la ruta turística de la parroquia, con su correspondiente evaluación económica y financiera.

#### DEMOSTRACION DE HIPÓTESIS:

La hipótesis principal señala que el diseño de un circuito turístico será la herramienta para que la parroquia se convierta en un atractivo turístico competitivo dentro del mercado regional, nacional e internacional.

Por su parte, las hipótesis específicas dan cuenta de la realización de un inventario turístico de la parroquia Julio Andrade, que es la base de un gran potencial para desarrollar el turismo. Por tanto se deben mejorar los atractivos turísticos, que permitan la afluencia turística a la parroquia.

Se menciona además que la participación del Gobierno y del Sector Privado permite al turismo convertirse en una alternativa productiva, mejorando el nivel de vida de sus habitantes.

## METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS:

La metodología utilizada se basa en los métodos deductivo e inductivo, así como en el histórico y científico, toda vez que se debió procesar información destinada a potenciar los atractivos turísticos, así como definir aplicaciones útiles para el descanso y esparcimiento del ser humano.

Adicionalmente se realiza una investigación de campo, encuestas y observación, así como entrevistas, para comprender el nivel de compromiso de las autoridades y de los habitantes de la parroquia para emprender en la ejecución del circuito turístico, lo que dará viabilidad a la propuesta.

## CONCORDANCIA ENTRE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION:

En términos generales, las conclusiones plantean que las condiciones naturales, culturales y religiosas de la parroquia podrían ser aprovechadas en la realización del circuito turístico, toda vez que su cercanía al cantón Tulcán y a la República de Colombia, puede ser una ventaja en el desarrollo de esta actividad. En la zona, es muy escasa la infraestructura turística en hospedaje y alimentación, lo que podría hacer que esta actividad sea muy dinámica

Adicionalmente, se pretende crear y fortalecer la oferta turística de Julio Andrade, mediante el impulso y desarrollo del potencial turístico en la parroquia, que además genere ingresos y posibilite a la población inmersa en el proyecto recorrer los senderos del buen vivir en forma digna ya en armonía con la naturaleza.

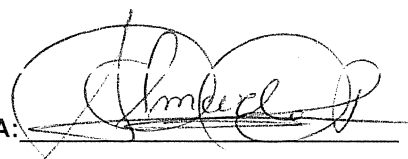
En cuanto a las recomendaciones, se trata de diseñar programas de capacitación permanente para la implementación de alojamiento y centros gastronómicos. Se debe también trabajar en forma mancomunada entre el Gobierno Parroquial y las organizaciones locales, para mejorar las condiciones económicas y sociales de la población. Porque mejorando la calidad y diversificando la oferta turística se logrará hacer una buena competencia, de frente a la planta turística de otras ciudades y regiones.

NOTA: 10 (diez)

RECOMIENDA LA PUBLICACIÓN DE ESTA TESIS		SI	No
RAZON DE LA PUBLICACIÓN		(Parcialmente)	
	Como una propuesta metodológica		
DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION		SI	No

PROFESOR: PATRICIO ALMEIDA GUZMÁN

FIRMA:



FECHA: 4 / JUNIO / 2013



1000

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Telf. 2523211 – 2529129 – 2229358 – Apartado 1088 Quito – Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS:

“Diseño de un circuito turístico para la parroquia Julio Andrade, cantón Tulcán, provincia del Carchi”

EGRESADAS:

Jessica Capa Rey y Ana Duarte Bonilla.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:

El Objetivo general se cumple, al efectuar los objetivos específicos sobre un inventario de los atractivos y servicios turísticos así como la propuesta para mejorar los atractivos de la zona mediante la implementación de la ruta turística con la correspondiente evaluación económica y financiera.

Se analiza sobre el circuito turístico como un proyecto de desarrollo sostenido y sustentable.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS:

Durante el desarrollo de la tesis se llega a demostrar las hipótesis planteadas previamente en el plan de tesis, ya que señala claramente el gran potencial turístico de la parroquia Julio Andrade y el compromiso de sus habitantes para mejorar el nivel de vida con la realización del proyecto.

#### METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS:

Para el desarrollo de esta tesis, se han aplicado varias metodologías de investigación, predominando la utilización de fuentes de información primarias y secundarias, el deductivo e inductivo, así como los métodos histórico y científico.

#### CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION:

Las conclusiones y recomendaciones de la tesis guardan estrecha relación con el tema investigado ya que se concluye en que al implementarse dicho proyecto se pretende por un lado crear, fortalecer y enriquecer la oferta turística de la parroquia Julio Andrade, así como también mejorar los niveles de vida de su población y cumplir con los objetivos nacionales con respecto al Buen Vivir.

NOTA: 10 DIEZ.

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

RAZON DE LA PUBLICACION

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI

NO

PROFESOR: Dr. Byron Carrión P.



FIRMA.

FECHA: 10/06/2013.



10

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358-Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS

Diseño de un Circuito Turístico para la Parroquia Julio Andrade, (Cantón Tulcan, Provincia del Carchi)

EGRESADOS :

Jessica Alexandra Capa Rey

Ana Karina Duarte Bonilla

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

La tesis es un estudio de gran perspectiva para lograr el desarrollo económico y social de la parroquia Julio Andrade con el diseño de una propuesta de un circuito turístico. Posteriormente, al levantar el inventario de los atractivos turísticos de Julio Andrade se propone acciones de desarrollo económico que se centran en una nueva actividad turística como el turismo, y que conlleven a una nueva actividad económica como el turismo, y que conlleven a una nueva actividad económica como el turismo, y que conlleven a una nueva actividad económica como el turismo.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

La tesis, como propuesta es viable, en sus acciones se demuestra que la parroquia turística será una actividad que permitirá mejorar el nivel de vida de sus habitantes.

## METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

Método inductivo - deductivo

Variables:

1. Ingreso
2. Producción
3. Infraestructura
4. Salud
5. Educación
6. Seguridad
7. Condiciones de vida

## CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

La tesis es un estudio que puede orientar a la población y las autoridades de la Parroquia de Julio Andrade, ejecutar la propuesta del diseño de desarrollo turístico.  
Es importante comprometer su ejecución.

NOTA:

10/10 puntos

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

RAZON DE LA PUBLICACION

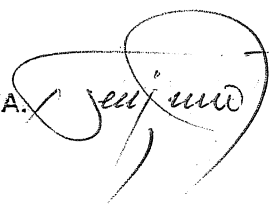
DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

SI

NO

PROFESOR: Dr. Luis Romo Arellano

FIRMA:



FECHA: Quito, 31 de Mayo 2013



## INDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
AUTORIZACIÓN DE INTELLECTUALIDAD.....	iv
OFICIO DE CONCLUSIÓN DE TESIS.....	vi
NOTAS DE CALIFICACIÓN DE TESIS.....	vii- xii
ÍNDICE.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xxii
ABSTRACT.....	xxiii

## CAPITULO I PLAN DE TESIS

CONTENIDO	PAG.
1. ANTECEDENTES .....	2
2. JUSTIFICACIÓN .....	3
3. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA .....	4
4. DELIMITACIÓN DEL TEMA .....	4
4.1. DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	4
4.2. DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	4
5. OBJETIVOS .....	4
5.1. OBJETIVO GENERAL .....	4
5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
6. MARCO TEÓRICO.....	5
7. MARCO CONCEPTUAL.....	5
8. HIPÓTESIS.....	10
8.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	10
8.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS.....	10
9. METODOLOGÍA.....	11
MÉTODO DEDUCTIVO .....	11
MÉTODO INDUCTIVO .....	11
METODO HISTORICO.....	11
MÉTODO CIENTIFICO .....	11
9.1 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	12
9.2. FUENTE DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	12

9.3. VARIABLES E INDICADORES .....	14
10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	15
11. PLAN ANALÍTICO.....	16

## **CAPITULO II**

### **INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

2.1. BASES TEÓRICAS .....	20
2.1.1 Desarrollo Sostenible.....	20
2.1.2. Turismo Sustentable. ....	21
2.1.3. Turismo Participativo. ....	23
2.2. SISTEMA TURÍSTICO. ....	24
2.2.1. Elementos del Sistema. ....	24
2.2.2. La cadena de valor en turismo .....	25
2.3. CONTEXTO SOCIOECONOMICO DE LA PARROQUIA .....	27
2.3.1. Reseña Histórica .....	27
2.3.2. Situación Geográfica .....	28
2.3.3. Límites:.....	28
2.3.4. Símbolos Patrios .....	29
2.3.5. Situación Jurídica .....	31
2.3.6 Situación Institucional .....	31
2.3.7. Diagnóstico Económico .....	32
2.3.8. Diagnóstico Social .....	32
2.4. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS NATURALES. ....	33
2.5. ANÁLISIS FODA DE LOS ATRACTIVOS NATURALES. ....	44
2.6. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES. ....	45
2.7. ANÁLISIS FODA DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES. ....	56
2.8. INVENTARIO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS. ....	57
2.8.1. Infraestructura Turística. ....	57
2.8.2. Infraestructura Básica. ....	58
2.9. ANÁLISIS FODA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS. ....	59
2.10. ESTUDIO DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA. ....	60
2.10.1. Oferta Turística. ....	60
2.10.2. Demanda Turística. ....	64
2.10.2.1. Factores que determinan la Demanda. ....	64
2.10.2.2. Demanda Interna. ....	68

2.10.2.2.1. Perfil del Turista. ....	71
2.10.2.2.2. Preferencias. ....	74
2.10.2.2.3. Conocimiento y Participación de la Comunidad. ....	82
2.10.2.3. Demanda Externa(Turista). ....	85

### **CAPITULO III**

#### **PROPUESTA PARA MEJORAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

3.1. OBJETIVOS. ....	88
3.1.1. Objetivo General. ....	88
3.1.2. Objetivos Específicos. ....	88
3.2. COMPONENTES. ....	88
3.3. METAS. ....	88
3.4. INDICADORES. ....	89
3.5. ACTIVIDADES. ....	89
3.5.1 Para el cumplimiento del primer componente ....	89
3.5.2 Para el cumplimiento del segundo componente ....	90
3.5.3. Para el cumplimiento del tercer componente. ....	91
3.6. RESPONSABLES ....	92
3.7. TIEMPO. ....	93
3.8. MEDIOS DE VERIFICACIÓN. ....	94
3.9. PERFIL DE LOS PROYECTOS ....	94
3.9.1 Proyecto de Construcción de una Hostería Turística ....	94
3.9.2 Proyecto de Construcción de un Complejo Turístico. ....	100
3.9.3 Proyecto de Construcción de un Vivero Ecológico ....	106
3.9.4 Proyecto de Construcción De Una Tarabita ....	106
3.9.5 Construcción de Miradores. ....	107
3.9.6 Senderos Ecológicos ....	107
3.9.7 Mobiliario Turístico Y Señalización. ....	108
3.9.8 Adecuación De Un Centro De Información Turística . ....	109
3.9.9 Taller De Capacitación De Guías Comunitarios ....	110
3.9.10 Proyecto Para Publicidad De Los Atractivos Turísticos ....	110
3.10. Fuentes de Financiamiento. ....	111
3.11. Alianzas Estratégicas. ....	112

## **CAPITULO IV**

### **PROPUESTA DE RUTA TURÍSTICA**

4.1 DISEÑO DE LA RUTA.....	115
4.1.1 Conceptos de ruta .....	115
4.1.2 Diseño de la ruta .....	116
4.1.2.1. Tour 1 Día.....	118
4.1.2.2. Tour 2 Días .....	121
4.1.2.3. Condiciones Generales de los Tours .....	125
4.2 POLITICAS AMBIENTALES Y TURISTICAS. ....	126
4.2.1. POLITICAS ESPECÍFICAS. ....	126
4.3. ESTRATEGIAS. ....	127
4.4. PROMOCIÓN DE LA RUTA.....	128
4.4.1 La comercialización turística .....	128
4.4.1.1 Estrategias de comercialización turística a utilizarse .....	128
4.4.2 La conciencia turística .....	129
4.4.2.1. Estrategias de fomento y conciencia turística a utilizarse .....	130
4.5. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN .....	130
4.5.1. Página web profesional .....	130
4.5.2. Asistencia a ferias .....	130
4.5.3. E-mail .....	131
4.5.4. Merchandising .....	131
4.6 PLAN DE MARKETING TURÍSTICO ESTRATÉGICO .....	131
4.6.1. Estructura de un Plan de Marketing .....	132
4.7. ORGANIZACIÓN COMUNITARIA. ....	132
4.7.1 Estrategias de integración de la comunidad .....	133
4.7.2. Impacto del turismo en las comunidades .....	133
4.7.3. Propuesta de educación ambiental dirigida a la comunidad .....	134
4.7.4. PROPUESTA DE VOLUNTARIADO .....	135

## **CAPITULO V**

### **ANÁLISIS FINANCIERO**

5.1. PLAN DE INVERSIONES .....	138
5.1.1. INVERSIÓN TOTAL.....	138
5.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES .....	139

5.1.3. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS. ....	141
5.1.4. AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRE – OPERATIVOS. ....	142
5.1.5. DETERMINACION DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES ....	142
5.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL PROYECTO. ....	143
5.2.1. CÁLCULO DE LA DEMANDA ....	143
5.2.2. PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO POR RUTAS. ....	144
5.3. BALANCE DE SITUACION INICIAL ....	145
5.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ....	147
5.5. CUADRO DE FUENTES Y USOS ....	149

## CAPITULO VI

### CRITERIOS DE EVALUACIÓN

6.1 DESCRIPCIÓN. ....	151
6.2 FLUJO DE CAJA. ....	152
6.3. VALOR ACTUAL NETO.....	153
6.4. TASA INTERNA DE RETORNO ....	155
6.5. EVALUACIÓN BENEFICIO – COSTO. ....	158

## CAPITULO VII

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES.....	161
7.2. RECOMENDACIONES ....	165
.ANEXOS.....	168
.BIBLIOGRAFÍA .....	186

## ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: ENCUESTA. ....	169
ANEXO N° 2: FICHA DE INVENTARIO. ....	172
ANEXO N° 3: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS POR AÑOS. ....	174
ANEXO N° 4: DEPRECIÓN DE ACTIVOS FIJOS POR RUTAS. ....	175
ANEXO N° 5: SUELDOS Y SALARIOS POR RUTAS. ....	176
ANEXO N° 6: TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO. ....	177
ANEXO N° 7: GALERIA DE FOTOS. ....	182

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: CLASIFICACIÓN DE LOS SITIOS NATURALES. ....	33
CUADRO N° 2: CASCADA DE YANGORRAL. ....	34
CUADRO N° 3: CASCADA DE LOMA CHIQUITA. ....	36
CUADRO N° 4: POTRERILLOS. ....	38
CUADRO N° 5: CASCADAS DE SAN FRANCISCO DEL TROJE. ....	40
CUADRO N° 6: VERTIENTE DE CUCACHO. ....	42
CUADRO N° 7: IGLESIA DE SANTA TERESITA DEL NIÑO JESÚS. ....	46
CUADRO N° 8: PARQUE CENTRAL DE JULIO ANDRADE. ....	48
CUADRO N° 9: CASA PARROQUIAL DE JULIO ANDRADE. ....	50
CUADRO N° 10: FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN. ....	52
CUADRO N° 11: ELECCIÓN DEL REY DE LA PAPA. ....	54
CUADRO N° 12: PROMEDIO DE INGRESOS MENSUAL. ....	71
CUADRO N° 13: GASTO MENSUAL FAMILIAR. ....	72
CUADRO N° 14: IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD. ....	73
CUADRO N° 15: TIPO DE TURISMO QUE PREFIEREN LOS TURISTAS. ....	74
CUADRO N° 16: ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE PREFIEREN LOS TURISTAS. ....	75
CUADRO N° 17: FACTORES QUE CONSIDERAN LOS TURISTAS PARA SU VISITA. ..	76
CUADRO N° 18: TIPO DE COMIDA QUE PREFIEREN LOS TURISTAS. ....	77
CUADRO N° 19: TIPO DE ALOJAMIENTO QUE PREFIEREN LOS TURISTAS. ....	78
CUADRO N° 20: TEMPORADA EN LA CUAL PREFIEREN HACER TURISMO. ....	79
CUADRO N° 21: ACTIVIDADES QUE PREFERIRÍAN REALIZAR EN SU VISITA. ....	80

CUADRO N° 22: MEDIOS PUBLICITARIOS DE PREFERENCIA PARA PROMOCIONARLOS SITIOS TURÍSTICOS .....	81
CUADRO N° 23: CONOCIMIENTO DE ALGUN ATRACTIVO QUE SE PODRÍA EXPLOTAR DENTRO DE LA PARROQUIA .....	82
CUADRO N° 24: CONTRIBUCIÓN CON LA PROPUESTA DE IMPLEMENTAR TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA .....	83
CUADRO N° 25: ACTIVIDADES EN LAS CUALES LA COMUNIDAD PODRÍA PARTICIPAR .....	84
CUADRO N° 26: RESPONSABLES. ....	92
CUADRO N° 27: FUENTES DE FINANCIAMIENTO. ....	111
CUADRO N° 28: INVERSIÓN TOTAL. ....	138
CUADRO N° 29: ACTIVOS FIJOS. ....	139
CUADRO N° 30: ACTIVOS DIFERIDO. ....	140
CUADRO N° 31: CAPITAL DE TRABAJO. ....	140
CUADRO N° 32: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS. ....	141
CUADRO N° 33: AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRE – OPERATIVOS. ....	142
CUADRO N° 34: DETERMINACIÓN DE COSTOS .....	142
CUADRO N° 35: CAPACIDAD INSTALADA .....	144
CUADRO N° 36: PRECIO RUTA 1 DÍA .....	144
CUADRO N° 37: PRECIO RUTA 2 DÍAS .....	145
CUADRO N° 38: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL .....	146
CUADRO N° 39: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS. ....	148
CUADRO N° 40: FUENTES Y USOS. ....	149
CUADRO N° 41: FLUJO DE CAJA .....	152
CUADRO N° 42: VAN .....	154
CUADRO N° 43: TASA INTERNA DE RETORNO MENOR. ....	156
CUADRO N° 44: TASA INTERNA DE RETORNO MAYOR .....	157
CUADRO N° 45: RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.....	159

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración N°1 PARROQUIA JULIO ANDRADE .....	27
Ilustración N°2 BANDERA DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE.....	29
Ilustración N°3 ESCUDO DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE .....	29
Ilustración N°4 CASCADA DE YANGORRAL. ....	35
Ilustración N° 5. CASCADAS DE LOMA CHIQUITA. ....	37
Ilustración N° 6. POTRERILLOS. ....	39
Ilustración N° 7. CASCADAS SAN FRANCISCO DEL TROJE .....	41
Ilustración N° 8. VERTIENTE DE CUCACHO .....	43
Ilustración N° 9. IGLESIA SANTA TERESITA DEL NIÑO JESÚS. ....	47
Ilustración N° 10. PARQUE CENTRAL DE JULIO ANDRADE .....	49
Ilustración N° 11. CASA PARROQUIAL DE JULIO ANDRADE. ....	51
Ilustración N° 12. FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN. ....	53
Ilustración N° 13. ELECCIÓN REY DE LA PAPA .....	55
Ilustración N°14.ALOJAMIENTO .....	57
Ilustración N° 15 ALIMENTACIÓN. ....	58
Ilustración N° 16. INGRESOS MENSUALES. ....	71
Ilustración N° 17. GASTO MENSUAL FAMILIAR.....	72
Ilustración N° 18.CONSERVACION DE LA NATURALEZA. ....	73
Ilustración N° 19.TURISMO DE PREFERENCIA. ....	74
Ilustración N° 20. PREFERENCIA DE ATRACTIVOS. ....	75
Ilustración N° 21.FACTORES QUE CONSIDERAN LOS TURISTAS. ....	76
Ilustración N° 22. TIPO DE COMIDA DE PREFERENCIA. ....	77
Ilustración N° 23. PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO. ....	78
Ilustración N° 24.TEMPORADA EN LA QUE PREFIEREN HACER TURISMO. ....	79
Ilustración N° 25.ACTIVIDADES QUE REALIZARIA EN SU VISITA. ....	80
Ilustración N° 26. MEDIOS PUBLICITARIOS DE PREFERENCIA. ....	81
Ilustración N° 27. USTED CONOCE ALGUN ATRACTIVO TURISTICO .....	82
Ilustración N° 28. CONTRIBUCIÓN CON LA PROPUESTA DE TURISMO .....	83
Ilustración N° 29.ACTIVIDAD EN LA QUE PODRÍA PARTICIPAR.....	84
Ilustración N° 30. CABAÑA TIPO SUITE CON UN DORMITORIO. ....	95
Ilustración N° 31. CABAÑA TIPO SUITE FAMILIAR. ....	96
Ilustración N° 32. ÁREA DEL RESTAURANTE. ....	96
Ilustración N° 33. ÁREA DE COCINA. ....	97
Ilustración N° 34. ÁREA DE BAR. ....	97



Ilustración N° 35. ÁREA DE BAÑOS. ....	98
Ilustración N° 36. ÁREA INFANTIL. ....	98
Ilustración N° 37. ÁREA RECREATIVA PARA ADULTOS. ....	99
Ilustración N° 38. ÁREA DE GIMNASIO. ....	99
Ilustración N° 39. ÁREAS VERDES. ....	100
Ilustración N° 40. ÁREA DE PARQUEADERO ....	100
Ilustración N° 41. ÁREA DE PISCINA. ....	101
Ilustración N° 42. ÁREA DE VESTIDORES. ....	101
Ilustración N° 43. BAÑOS. ....	102
Ilustración N° 44. ÁREA DE DEPORTES. ....	102
Ilustración N° 45.ÁREA DE MASAJES.....	103
Ilustración N° 46.ÁREA DE SAUNA. ....	103
Ilustración N° 47.ÁREA DE TURCO. ....	104
Ilustración N° 48.ÁREA DE HIDROMASAJES. ....	104
Ilustración N° 49.ÁREA DE SODA - BAR. ....	105
Ilustración N° 50.ÁREA DE PARQUEADERO DEL COMPLEJO. ....	105
Ilustración N° 51.ÁREAS VERDES. ....	105
Ilustración N° 52.VIVERO ECOLÓGICO. ....	106
Ilustración N° 53.TARABITA. ....	107
Ilustración N° 54.MIRADOR ECOLÓGICO.....	107
Ilustración N° 55.SENDEROS ECOLÓGICOS.....	108
Ilustración N° 56.MOBILIARIO TURÍSTICO.....	108
Ilustración N° 57.BASUREROS ECOLÓGICOS.....	109
Ilustración N° 58.SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA.....	109
Ilustración N° 59.CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA. ....	110
Ilustración N° 60.CAPACITACIÓN DE GUIAS COMUNITARIOS. ....	110
Ilustración N° 61.PUBLICIDAD. ....	111

“DISEÑO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JULIO ANDRADE,  
CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI”

"TOURIST CIRCUIT DESIGN FOR PARISH JULIO ANDRADE, TULCAN CANTON,  
CARCHI PROVINCE"

**RESUMEN EJECUTIVO**

La propuesta de crear un circuito turístico en la parroquia de Julio Andrade surge de la necesidad de crear una imagen turística sustentable, orientada a convertirse en uno de los lugares turísticos más atractivos tanto a nivel provincial, nacional e internacional.

Esta alternativa no solo aportará al desarrollo socioeconómico de la población, el cual será accesible para un mercado de gasto medio, combinado con actividades que aporten a la educación y al sano esparcimiento, generando fuentes de trabajo directo en la comunidad, mediante la creación de servicios turísticos y además, proporcionará empleo indirecto como resultado de la dinamización de actividades complementarias; del mismo modo ofrecerá a los turistas la posibilidad de recrearse y disfrutar del contacto con la naturaleza y de liberarse de las tensiones de la vida cotidiana y del estrés de la ciudad.

Para la implementación de este proyecto es conveniente realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de los turistas potenciales, así como también de la diversidad de servicios que estarían en capacidad de brindar.

**PALABRAS CLAVES:**

CIRCUITO/TURISMO/CASCADAS/PAISAJE/ENTRETENIMIENTO/AVENTURA.

## **ABSTRACT**

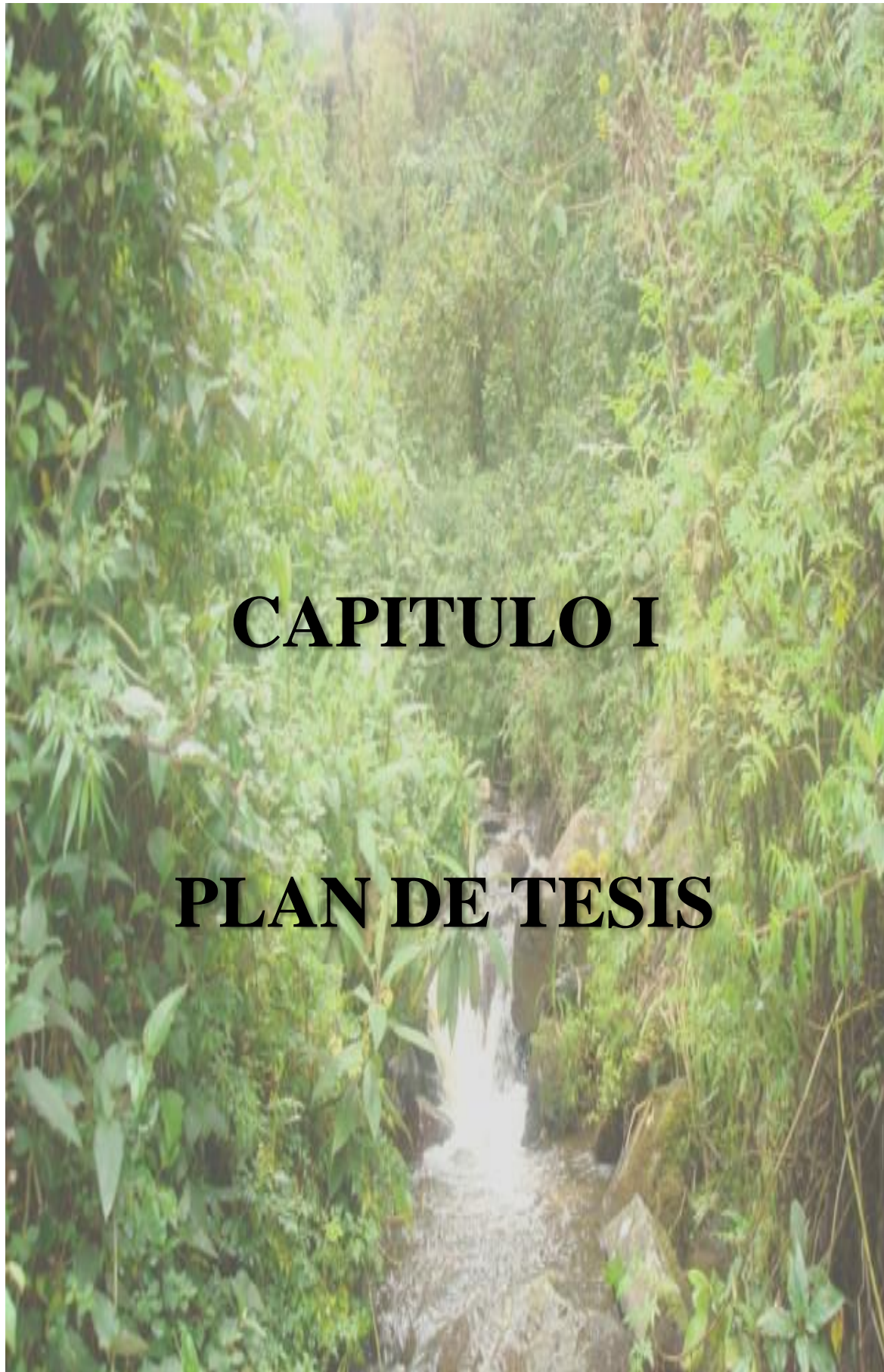
The proposal to create a tourist circuit in the parish of Julio Andrade arises from the need to create a sustainable tourism image, aimed to become one of the most attractive tourist sites both at the provincial, national and international.

This alternative would not only contribute to the socioeconomic development of the population, which will be accessible to a market average expenditure, combined with activities that contribute to education and healthy recreation, generating direct jobs in the community through service creation tourism and also provide indirect employment as a result of the revitalization of complementary activities, the same way offer tourists the chance to indulge and enjoy contact with nature and free themselves from the stresses of everyday life and the stress of the city .

For the implementation of this project is convenient to do proper research about the needs of potential tourists, as well as the diversity of services that would be able to provide.

### **KEYWORDS:**

CIRCUIT / TOURISM / WATERFALLS / LANDSCAPE / ENTERTAINMENT / ADVENTURE.



# **CAPITULO I**

## **PLAN DE TESIS**

**TEMA:**

*“DISEÑO DE UN CIRCUITO TURÍSTICO PARA LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTÓN TÚLCAN, PROVINCIA DEL CARCHI”.*

**1. ANTECEDENTES**

La parroquia de Julio Andrade es la más poblada del sector rural del cantón, está ubicada entre El Carmelo y Tulcán, la integran 22 comunidades. Tiene una extensión de 85,30 Km<sup>2</sup> que representan el 5,08% del territorio cantonal. Su población alcanza los 13000 habitantes aproximadamente. En esta zona existe mayor influencia de cultivos de papa, cereales, bosques terciarios exóticos y grandes extensiones de pastos naturales y cultivados. Esta parroquia presenta una cobertura vegetal de páramo entre los 3300 a los 3800 msnm.

Julio Andrade se eleva a la categoría de parroquia por ordenanza municipal de fecha 7 de noviembre de 1929 y firmado por Acuerdo Ministerial No 491 del 5 de julio de 1930, publicado en registro oficial del mes de agosto del mismo año. El clima de la parroquia es de 12.2 grados centígrados, la temperatura mínima es de 3.4 grados centígrados y la máxima es de 20.2 grados centígrados.

La parroquia cuenta con un subcentro de salud, ubicado en la cabecera parroquial, el área urbana de Julio Andrade tiene servicio de agua las 24 horas del día, con el nuevo sistema, el cual cubre casi la totalidad de la población.

El alcantarillado se encuentra obsoleto debido al tiempo de vida útil y a su crecimiento habitacional. La empresa EMELNORTE es la entidad encargada del mantenimiento, instalación y control del sistema eléctrico en la parroquia. En relación a la recolección de basura y aseo de las calles cuenta para este propósito con un recolector y su respectivo personal. El vehículo recolector realiza el recorrido durante seis días a la semana de trabajo. El número de líneas telefónicas es insuficiente, solo existen 238 líneas, número insuficiente para cubrir las necesidades de la población.

En el sector de la Virgen Negra de la parroquia de Julio Andrade a 2 horas de camino del poblado, se puede apreciar vegetación de páramo con frailejones y pajonales así como remanentes de bosque templado alto andino. Desde este sector se puede observar la cordillera occidental de los Andes y la distribución de los poblados aledaños, En este sector se han avistado osos de anteojos tanto en el

páramo como en los cultivos aledaños a este; la actividad netamente agrícola del sector ha dado forma al paisaje formado por parcelas de distinto cultivos.

Este sector limita al norte con la Estación Científica Guandaras y al oriente con la provincia de Sucumbíos; actualmente se encuentra en ejecución la Vía Interoceánica que unirá Ecuador con Manaos.

Frente al parque principal de la cabecera parroquial se encuentra emplazada la iglesia de Julio Andrade construida a inicios del año 1.900, su patrona es Santa Teresita del Niño Jesús. El 21 de diciembre de 1932, dos años después de la parroquialización de Julio Andrade, el Obispo Alejandro Pasquel Monge expide el auto canónico de elección de la nueva parroquia.

Para entonces la iglesia ya servía a los moradores del caserío Orejuela, nombre anterior de esta población. Las puertas de la iglesia aún se conservan desde su restauración en 1957. Dentro de ella se encuentran importantes obras de arte como la escultura y el lienzo de Santa Teresita del Niño Jesús pintados en 1958 y dos retratos en óleo del Obispo Alejandro Pasquel y del párroco Jesús Alfonso Clavijo de 1934. Entre uno de los artículos de mayor valor se encuentra un cáliz de oro y plata forjado en 1943.

## **2. JUSTIFICACIÓN**

*LA PARROQUIA JULIO ANDRADE NO CUENTA CON UNA BUENA ADECUACIÓN, SEÑALIZACIÓN Y DIFUSION TURÍSTICA DE LOS POTENCIALES QUE POSEE, SUSCEPTIBLES DE SER VISITADOS POR TURISTAS LOCALES, PROVINCIALES, NACIONALES E INTERNACIONALES.*

La población no tiene conocimiento del valor y potencial que disponen estos lugares, poco interés e inseguridad prestan al involucrarse en proyectos turísticos. Es por eso que conscientes de la realidad y de la buena acogida que tendrán estos lugares, se ve necesario realizar un diseño, mejoramiento e implementación de infraestructura de un circuito turístico y su respectiva promoción, para realizar un proyecto modelo de desarrollo y de esta manera la parroquia se convierta en un destino turístico.

Por tanto, la presente propuesta se justifica en el deseo de impulsar el desarrollo turístico de la parroquia Julio Andrade de una manera sostenible; aprovechando los recursos tanto naturales como culturales que posee e integrando a los diferentes actores y sectores, haciendo que estos aporten al

progreso de la parroquia y promuevan a la generación de nuevas fuentes de trabajo, el respeto a la cultura, la conservación a la biodiversidad, para que junto con el compromiso de las autoridades del sector se logre el mejoramiento de la calidad de vida de la población.

### **3. IDENTIFICACION DEL PROBLEMA**

La infraestructura vial en esta parroquia es muy limitada y de características técnicas deficientes muy pocos sectores adoquinados, y no existe ninguna conexión turística debido a la falta de oferta de servicios turísticos. Los potenciales de la parroquia se encuentran en condiciones no adecuadas, no cuentan con infraestructura básica para ofrecer comodidad y un buen servicio que garantice la estadía de las personas que visiten estos potenciales, los senderos son caminos de acceso anti-técnicos, no existe ningún tipo de infraestructura turística y por consiguiente no ha existido promoción y difusión turística de los mismos.

### **4. DELIMITACIÓN DEL TEMA**

#### **4.1. DELIMITACION ESPACIAL.**

La investigación se realizará en la Parroquia Julio Andrade perteneciente a la provincia de Carchi; cantón Tulcán.

#### **4.2. DELIMITACION TEMPORAL.**

El estudio se realizará en el periodo comprendido entre los meses de marzo del 2012 a mayo del 2013.

### **5. OBJETIVOS**

#### **5.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseño de un circuito turístico para la parroquia Julio Andrade.

#### **5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- Efectuar un inventario de los atractivos y servicios turísticos.
- Efectuar una propuesta para mejorar los atractivos turísticos.
- Efectuar una propuesta de ruta turística con su correspondiente evaluación económica y financiera.



## 6. MARCO TEÓRICO.

El plan busca obtener un desarrollo sustentable para generar un cambio progresivo en la calidad de vida de los habitantes de la parroquia de Julio Andrade.

Además se rige en el Plan Nacional de Desarrollo contemplando entre otros en los Objetivos Nacionales para el Buen Vivir. El producto esperado con la ejecución del presente proyecto contempla: La facilitación turística y el desarrollo de destinos turísticos. Teniendo en cuenta los objetivos del proyecto, debemos enmarcar al mismo dentro de los objetivos Nacionales para el Buen Vivir.

Con la Facilitación turística y desarrollo de destinos turísticos, el presente proyecto se enmarca dentro de los Objetivos; 4: *Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable; en la política 4.4. Prevenir, controlar y mitigar la contaminación ambiental como aporte para el mejoramiento de la calidad de vida y tiene como meta la 4.4.1. Mantener las concentraciones promedio anuales de contaminantes del aire bajo los estándares permisibles al 2013* y 7: *Construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro común; en la política 7.3. Fomentar y optimizar el uso de espacios públicos para la práctica de actividades culturales, recreativas y deportivas y tiene como metas la 7.3.1. Triplicar el porcentaje de personas que realiza actividades recreativas y/o de esparcimiento en lugares turísticos nacionales al 2013.*

## 7. MARCO CONCEPTUAL.

**Actividad turística.**- Es el conjunto de acciones que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los del entorno habitual por un periodo de tiempo, generalmente inferior a un año.

**Área Natural turísticas.**- Se entiende a una dimensión de análisis del espacio cuya homogeneidad interna está dada principalmente por la presencia y continuidad de elementos y procesos de diferentes grados de naturalidad que adquieren valor como atractivos turísticos, además representan el entorno sistémico necesario para la existencia de los atractivos y/o se convierten en un conjunto sistémico atractivo.

**Atractivos turísticos.**- Son los conjuntos de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés de un visitante.



**Campismo.-** Actividad que se realiza al aire libre y que consiste en acampar, en tienda de campaña o a la intemperie, durante un periodo de tiempo.

**Centro Turístico.-** Se lo identifica como todo conglomerado urbano que cuenta con su propio territorio o está dentro del radio de influencia de los atractivos turísticos que motivan un viaje turístico y que cuenta con disponibilidad de infraestructura, facilidades turísticas permite la conexión entre atractivos.

**Consumo turístico.-** La definición de gasto se asocia a la del consumo realizado por los visitantes, en términos del valor de los bienes y servicios utilizados durante su desplazamiento y su permanencia en el lugar de destino.

**Corredores turísticos de traslado.-** Son las vías de conexión entre las distintas zonas, áreas, centros, unidades, conjuntos turísticos, las puertas de entrada de turismo receptivo y las plazas receptoras de turismo. Según su función, se clasifican en corredores turísticos de traslado que están constituidos por la red de carreteras y caminos por donde se desplazan los flujos turísticos, y los corredores turísticos de estadía que son una conexión de un centro turístico con un corredor (por lo general son las playas de mar ríos o lagos).

**Demanda turística.-** Es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los usuarios turísticos, además la demanda consiste en dividir grupos de comportamiento homogéneo con el fin de averiguar las necesidades de los turistas.

**Destino turístico.-** Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

**Empresas turísticas.-** Son aquellas que prestan el servicio directo al turista, estos pueden ser de alojamiento, transporte, restaurantes, bares, instalaciones deportivas, etc.

**Espacio turístico.-** Se define como la consecuencia de la presencia y distribución de los atractivos turísticos más la planta turística; la mejor técnica para definir este espacio es delimitando sobre un mapa, un espacio de dimensiones planas para representar el área física.

**Infraestructura.-** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, sean estos públicos o privados.

**Marketing.-** La mezcla de marketing es importante para la toma de decisiones en una empresa y hace referencia a la combinación de cuatro variables o elementos básicos que son: producto, precio, plaza y promoción.

**Mercado turístico.-** Es el conjunto de compradores, visitantes y vendedores de una muy extensa gama de servicios. La compra o venta puede realizarse entre una empresa y el consumidor final o entre empresas. Regulado por normas, leyes y reglamentos que permita que todos los actores funcionen en armonía con sus entornos.

**Núcleos y conjuntos turísticos.-** Se refieren a las agrupaciones de menos de diez atractivos de cualquier tipo y categoría que están aislados en el territorio y tienen un funcionamiento turístico rudimentario o que se encuentran conectados por una red de carreteras.

**Oferta Turística.-** La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.

**Patrimonio turístico.-** Es toda la cultura que tiene una ciudad, tanto en historia como en monumentos, etc.

**Producto turístico.-** Producto de servicios, que se compone con una mezcla de unos elementos básicos de la industria turística, gran parte de los cuales se disponen a su vez en forma de servicios.

**Recursos Naturales.-** Los componentes del medio ambiente susceptibles de ser utilizados por el ser humano para la satisfacción de sus necesidades o intereses cultural, social y económico.

**Recursos Turísticos.-** Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, cultural, folclórico y son la motivación principal de la visita.

**Rentabilidad.-** Es la utilidad o beneficio que rinde anualmente toda actividad productiva.

**Ruta turística.-** Itinerario cuya salida y llegada no coinciden en el mismo lugar.

**Turista.-** Un turista es aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

**Turismo.-** Se refiere a todas aquellas actividades que realicen las personas que viajan a algún lugar fuera de su entorno habitual por un tiempo menor a un año.

**Turismo activo.-** Se trata de una nueva práctica turística que se ha desarrollado recientemente, que podemos definir como turismo alternativo al tradicional, cuya mayor motivación recae en el ejercicio de algún tipo de interactividad con el entorno, sea física o de carácter lúdico. Se admiten como formas de turismo activo el turismo deportivo, el turismo recreativo y el turismo de salud.

**Turismo cultural y científico o turismo de congresos.-** Es el turismo que se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, exposiciones, conciertos, congresos etc. En estos actos participan personas con un poder adquisitivo y nivel cultural que son deseados por todos los organizadores.

**Turismo de descanso y esparcimiento.-** Es el turismo más primario, es el que más se aproxima a su definición tradicional, es el más genuino de todos. Por lo tanto, entendemos como turismo de descanso y esparcimiento el que practica la persona que desea solazarse, evadirse, escapar, sin otras pretensiones que no sean la holganza y el relax. En esta clase de turismo el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente, de huir o aislarse de las preocupaciones cotidianas.

**Turismo internacional.-** Es tanto el turismo realizado por los residentes en un país fuera de sus fronteras (turismo emisor) como el de los extranjeros que visitan dicho país (turismo receptor).

**Turismo interno.-** Es el turismo realizado dentro de las fronteras nacionales de un país por los propios residentes de ese país.

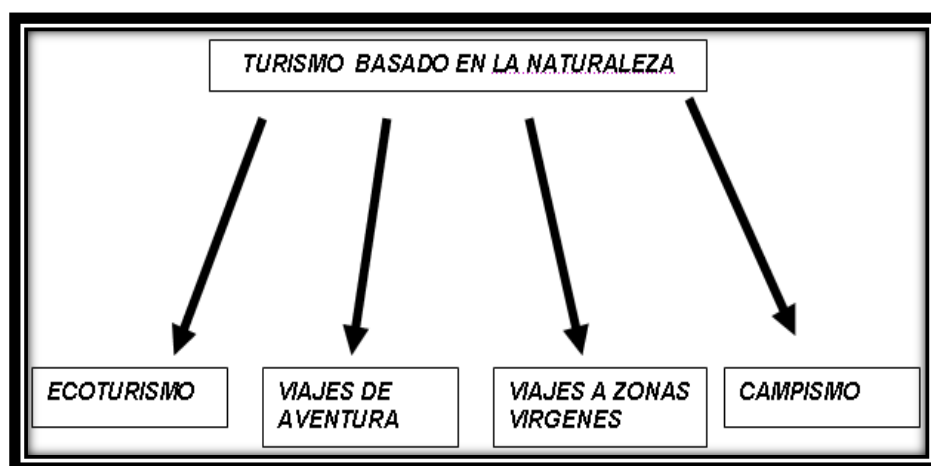
**Turismo nacional.-** Es el turismo realizado por los residentes en un país, tanto dentro (turismo interno) como fuera de ese país (turismo emisor).

**Turismo de naturaleza.-** El turismo más que cualquier otro sector productivo, responde a la tendencia de localizarse en las áreas del espacio físico y social que le son más favorables, este es un fenómeno espacial donde ocurre la transformación de los atractivos en productos, la creación de servicios y atracciones, más su promoción y comercialización.

El turismo de naturaleza incluye a todas aquellas modalidades del turismo en que la motivación del viaje o la selección del destino están determinadas por el disfrute de la naturaleza o de los componentes de la misma. Este tipo de actividad responde normalmente a una especialización de la motivación vacacional, y por tanto, se debe considerar que compite como tal con el resto de motivaciones y productos del turismo vacacional, de los cuales el sol y playa es uno de los más consolidados.

El turismo orientado a la naturaleza se fundamenta principalmente en el comportamiento y la motivación del posible cliente: un viaje de placer inspirado primordialmente por las características naturales de un área determinada y poder experimentar este ambiente natural, estudiándolo, admirándolo o disfrutándolo.

El turismo de naturaleza puede mostrar el mejor modelo de desarrollo sostenible del sector turístico, ya que conserva y protege los recursos naturales, valora las manifestaciones culturales locales e integra las poblaciones a la oferta, crea conciencia acerca de la protección del medio ambiente, y tiende a mejorar la calidad de vida de los pobladores del destino.



**Turismo rural.-** Caracterizado por la estancia y visita a zonas rurales, en alojamientos que están integrados en el ambiente natural; este término se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido, donde el rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local.

**Turismo sustentable sostenible.-** Responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

**Unidad turística.-** Son las concentraciones menores de equipamiento que se producen para explotar uno o varios atractivos uno junto al otro o uno dentro de otro, normalmente cuentan con servicios de alojamiento, alimentación y algunos servicios de recreación, a estas unidades acuden visitantes con la finalidad de realizar una actividad específica y su tiempo de estadía es más o menos prolongado.

**Zona turística.-** Superficie menor de un cierto número de kilómetros cuadrados, dotada de focos turísticos en número y jerarquía variables, generalmente dependientes de un centro turístico, y provista de una estructura de transporte y comunicaciones que relacione a aquellos focos.

## **8. HIPÓTESIS.**

### **8.1. HIPÓTESIS GENERAL.**

El diseño de un circuito turístico será la herramienta para que la parroquia se convierta en un atractivo turístico competitivo dentro del mercado regional, nacional e internacional.

### **8.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.**

- La realización del inventario turístico de la parroquia Julio Andrade muestra que es la base de un gran potencial para desarrollar el turismo.
- El mejoramiento de los atractivos turísticos permite que exista afluencia turística dentro de la parroquia.
- La participación del Gobierno y Sector Privado en las estrategias diseñadas previstas en la propuesta permite convertirse en una alternativa productiva, mejorando el nivel de vida de sus habitantes.

## **9. METODOLOGÍA.**

La metodología aplicada para la elaboración del Plan de Desarrollo del Circuito Turístico de la Parroquia Julio Andrade, se basó en la utilización de fuentes de información primaria y secundaria.

El primer y segundo capítulo correspondiente al plan de tesis y la recopilación de antecedentes generales de la Parroquia, se realizarán a través de revisiones bibliográficas, el plan de desarrollo local y el contacto con las autoridades que tiene conocimiento directo de la parroquia.

Para la realización de los siguientes capítulos utilizaremos los siguientes métodos:

### **MÉTODO DEDUCTIVO**

Es un razonamiento que va de un determinado grado de universalidad o generalización a un conocimiento nuevo de universalidad menor. Se debe aprovechar el conocimiento general para establecer verdades particulares; este razonamiento tiene estrecha relación con los silogismos.

### **MÉTODO TÉCNICO**

Se realiza la investigación de campo y por medio de encuestas directas a personas del lugar y visitantes obtendremos un diagnóstico de las principales necesidades o problemas.

### **MÉTODO INDUCTIVO**

La inducción es un razonamiento mediante el cual pasamos del conocimiento de un determinado grado de generalización a un nuevo conocimiento de mayor grado de generalización.

### **MÉTODO HISTÓRICO**

Tiene por fin bases históricas del comienzo del turismo y también para determinar la cantidad de Complejos que se encuentran en el lugar, o si no se encuentran y que posibilidades existen de implementarlas.

### **MÉTODO CIENTÍFICO**

El método científico es un proceso destinado a explicar fenómenos, establecer relaciones entre los hechos y enunciar leyes que expliquen los fenómenos físicos del mundo y permitan obtener, con estos conocimientos, aplicaciones útiles al hombre, se abusa de ella para justificar una determinada posición personal o social con relativo desconocimiento de la complejidad del concepto. Como su propio nombre indica representa la metodología que define y diferencia el conocimiento de la ciencia de otros tipos de conocimientos.

### **9.1 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para la realización de estos capítulos de la tesis utilizaremos los siguientes tipos de investigación:

#### **INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

Por la naturaleza contextual de ejecución de la presente propuesta investigativa se conglomeran detalles característicos de una serie de estudios, técnicos, administrativos, social y manejo ambiental; que deben formularse para establecer la factibilidad para la creación de un Circuito Turístico.

#### **INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA**

Necesarias para tomar referencias textuales o resumidas de autores que han tratado el tema de la implementación de circuitos turísticos, analizando tópicos tales como: Generalidades, conceptos, componentes y su incidencia en la realidad local de la parroquia, conformando un cuerpo teórico concatenado y orientado a servir de guía en la realización del proyecto.

#### **INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Se utilizará para el levantamiento de información respectiva al sector poblacional implicado directamente con la ejecución de un proyecto que viabilice la creación del Circuito Turístico, dicha información será recolectada mediante contacto directo con la población objetiva determinada, garantizando veracidad y confiabilidad en los datos obtenidos.

### **9.2. FUENTE DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN**

Proceso mediante el cual el analista recopila datos e información de la situación actual de un sistema, con el propósito de identificar problemas y oportunidades de mejora.

Este levantamiento se lo realizará mediante el uso de una serie de instrumentos y técnicas como: entrevista, encuesta y observación.

#### **ENCUESTA**

Es una técnica que se realiza mediante el uso de cuestionarios preestablecidos permitiendo obtener información, la misma que ha sido recopilada mediante preguntas relacionadas al problema, objetivos y lo planteado a la propuesta.

#### **OBSERVACIÓN.**

Es un proceso mental que implica un factor sensorio-perceptivo y el elemento mental, que puede ser parcialmente consciente e inconsciente.

### **ENTREVISTA.**

La entrevista es una relación directa que se establece entre el investigador y su objeto de estudio a través de individuos o grupos con el fin de obtener testimonios orales de primera mano, directamente con quien lo genera o lo posee, a través de un diálogo que favorece el conocimiento de aspectos adicionales y accesorios de la misma información, y que por estas posibilidades facilitan también el conocimiento del contexto necesario para atender mejor la información.



### **9.3. VARIABLES E INDICADORES.**

<b>VARIABLES E INDICADORES</b>			
<b>DOMINIO</b>	<b>VARIABLES INDEPENDIENTES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>CATEGORIAS</b>
<b>Económicas</b>	Ingreso	Nivel de Ingreso.	< 200 usd. > 200 usd.
	Producción	Niveles de Producción.	Alto. Medio. Bajo.
<b>Socioeconómicas</b>	Infraestructura	Vías- Equipamiento.	
	Salud	Número de médicos por 100 habitantes.	
	Educación	Alfabetismo	Alfabeto. Analfabeto.
		Nivel de Instrucción.	Primaria. Secundaria. Superior. Ninguna.
	Seguridad	Sistemas de Seguridad	Disponibilidad del sistema de seguridad. Numero de hechos delictivos.
	<b>VARIABLES DEPENDIENTES</b>	Condiciones de vida de la Parroquia.	

[illegible]

## **11. PLAN ANALÍTICO.**

### **CAPITULO I: PLAN DE TESIS**

- 1.1. Antecedentes.
- 1.2. Justificación.
- 1.3. Identificación del problema.
- 1.4. Delimitación del tema.
  - 1.4.1. Delimitación Espacial.
  - 1.4.2. Delimitación temporal.
- 1.5. Objetivos.
  - 1.5.1. Objetivo general.
  - 1.5.2. Objetivos específicos.
- 1.6. Marco teórico.
- 1.7. Marco conceptual.
- 1.8. Hipótesis.
  - 1.8.1. Hipótesis general.
  - 1.8.2 Hipótesis específica.
- 1.9. Metodología.
  - 1.9.1. Nivel o tipo de investigación.
  - 1.9.2. Fuentes de recolección de Información.
  - 1.9.3. Variables e indicadores.
- 1.10. Plan analítico.
- 1.11. Cronograma de actividades.

### **CAPITULO II: INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

- 2.1. Bases Teóricas.
- 2.2. Sistema Turístico.
- 2.3. Contexto Socioeconómico de la parroquia.
- 2.4. Inventario de los atractivos naturales.
- 2.5. Análisis FODA de los atractivos naturales.
- 2.6. Inventario de los atractivos culturales.
- 2.7. Análisis FODA de los atractivos culturales.
- 2.8. Inventario de los servicios turísticos.
- 2.9. Análisis FODA de los servicios turísticos.
- 2.10. Estudio de oferta y demanda turística.

### **CAPITULO III: PROPUESTA PARA MEJORAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

- 3.1. Objetivos.
- 3.2. Componentes.
- 3.3. Metas
- 3.4. Indicadores.
- 3.5. Actividades.
- 3.6. Responsables.
- 3.7. Tiempos.
- 3.8. Medios de Verificación.
- 3.9. Perfil de Proyectos.
- 3.10. Fuentes de Financiamiento.
- 3.11. Alianzas Estratégicas.

### **CAPITULO IV: PROPUESTA DE RUTA TURÍSTICA.**

- 4.1. Diseño de la ruta.
- 4.2. Políticas ambientales y turísticas.
- 4.3. Estrategias.
- 4.4 Promoción de la ruta.
- 4.5. Estrategia de distribución.
- 4.6. Plan de marketing turístico estratégico.
- 4.7. Organización comunitaria.

### **CAPITULO V: ANÁLISIS FINANCIERO.**

- 5.1 Plan de inversiones.
- 5.2. Análisis de la Oferta y demanda del proyecto.
- 5.3. Balance de Situación Inicial.
- 5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias.
- 5.5 Cuadro de Fuentes y Usos.

### **CAPITULO VI: CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**

- 6.1. Descripción
- 6.2. Flujo de Caja
- 6.3. Valor actual neto.
- 6.4. Tasa interna de retorno.
- 6.5. Relación Beneficio- Costo.

## **CAPITULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **BIBLIOGRAFÍA.**

### **ANEXOS.**

The background of the title page features a large, faint watermark of the coat of arms of Julio Andrade. The coat of arms is a shield-shaped emblem. At the top, a torch with a yellow flame is held by a hand. Below the torch, the shield is divided into several sections: a yellow section on the left, a green section on the right, and a central section with a blue sky, green mountains, and a sun. The shield is surrounded by a border of white stars. Above the shield, the text "ESCUDO DE JULIO ANDRADE" is written in a semi-circle. Below the shield, a banner reads "UNION TRABAJO CULTURA".

# **CAPITULO II**

## **INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS**

## 2.1. BASES TEÓRICAS

### 2.1.1 Desarrollo Sostenible.

Una conceptualización extensa del desarrollo percibe intereses mayores, que implican contemplar sobre todo la calidad de vida, obtención educacional, etapa nutricional, acceso a libertades, salud y bienestar espiritual. La calidad de vida no se alcanza cuando se acude a un individualismo material, que solo persigue una vida con calidad, esto es consumismo, sujeto a que quien más dinero tiene obtiene lo que quiere.

Los recursos naturales son limitados, el desperdicio y la acumulación en pocas manos implica una grave contradicción social, que se expresa en un modelo de desarrollo capitalista, que se caracteriza por ser perjudicial. Es así que llegamos a la necesidad para preservar a la vida misma y la integridad de las futuras generaciones, dándole importancia a la sostenibilidad, haciéndose necesario un esfuerzo social por hacer un desarrollo que puede tener prolongación en el futuro.

Se clasifica al desarrollo sostenible en tres ámbitos; ambiental, económico y social; tomando en consideración que el bienestar y la calidad, están determinados esencialmente por una buena relación de respeto, entre el desarrollo social del ser humano, en relación con su ambiente y con la producción económica en toda la extensión del término.

El bienestar en este sentido no está únicamente determinado por lo económico, sino que en la medida que se satisface las necesidades humanas, se está protegiendo la posibilidad de que no se cierre el círculo, cuando se agoten los recursos naturales del ambiente. Es preciso para lograr este desarrollo tener una tecnología adecuada, tanto teórica como práctica referente al desarrollo de la forma de crear riqueza y satisfacer las necesidades.

En lo referente a la sostenibilidad del Circuito Turístico se perfila como una alternativa económica que pone en materia dinámica económica desarrollista, ya que la sostenibilidad y visión económica ideológica es la prioridad en esta propuesta planteada en términos de calidad de vida ; al contrario de una típica opción económica con visión desarrollista, basada en la explotación de los recursos naturales y la fuerza de trabajo, con el único objetivo de lograr ganancias, a bajos costos monetarios y con altos costos sociales y naturales.

En el Ecuador con el gobierno del Economista Rafael Correa y basados en lo que dicta la constitución actual, referente al concepto del BUEN VIVIR, en donde se contempla que la visión económica ideológica ha superado actualmente el marco de desarrollo capitalista, dándole una importancia mayor al ser humano, como eje central del desarrollo económico y como principal

beneficiario de todos los réditos conseguidos; es así que las ideas de economía sostenible van a ser apoyadas con todo el sustento legal.

El desarrollo sostenible es un modelo de crecimiento que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, algunos economistas lo definen como : la “ciencia de la gestión de la sostenibilidad o como el estudio y valoración de la (in)sostenibilidad, el desarrollo sostenible es un proceso de cambio social en el cual la explotación de los recursos, el sentido de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y las reformas institucionales se realizaran en forma armónica, ampliándose el potencial actual y futuro para satisfacer las necesidades y las aspiraciones humanas”<sup>1</sup>

El circuito turístico en este marco cumple con las normas respecto al desarrollo sostenible, la conservación ambiental, el formato y difusión de la cultura, valorando el patrimonio con que se cuenta en la parroquia; y todo esto con el desarrollo de un programa turístico, como eje económico.

El Buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y que ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

### **2.1.2. Turismo Sustentable.**

El concepto Sustentable como filosofía de gestión y enfoque de aprovechamiento de recursos está introduciéndose en todos los niveles de política y práctica vinculadas al turismo, a escala local y global. La gestión del turismo sustentable del entorno natural y físico, hoy más que nunca, debe entenderse con los objetivos económicos, socioculturales, ambientales y de seguridad de las localidades.

Para que la sustentabilidad adquiera una talla existente, que incida de una manera determinante en los procesos sociales, requiere del desarrollo de una nueva generación de valores y de conceptos, de metodologías e instrumentos, todos ellos convenientes entre sí, para conformar un ejemplo en áreas de los rendimientos económicos y financieros, sobre la base de una tecnología que es apropiada para el medio ambiente.

---

<sup>1</sup>Saar van Haudermeiren (1998), Manual de economía ecológica. Instituto de ecología política.



Este nuevo paradigma no resulta de la suma del análisis de aspectos geológicos, hidrológicos u oceanográficos; sino del establecimiento de una amplia base conceptual, teórica e instrumental que incorpore la especificidad de los diversos fenómenos turísticos, y de los impactos que generan.

El desarrollo del turismo sustentable significa lograr el crecimiento de tal manera que no agote el medio ambiente natural y preserve la cultura de la parroquia. Esto quiere decir que deberán usarse, pero no agotarse, los recursos naturales y físicos, preservando y enriqueciendo el patrimonio cultural local.

Dentro del concepto del desarrollo del turismo sustentable, se reconoce cada vez más visiblemente que la organización sostenible de los recursos será conveniente a una conservación admisible y al establecimiento de productos turísticos de mayor calidad. Se reconoce así mismo que, en su mayor parte, los seres humanos tienen cierto control sobre el uso y la modificación del entorno de manera (positiva y negativa). En otras palabras, el turismo puede ser un instrumento para mejorar el medio ambiente, o para destruirlo.

Los elementos claves de la sostenibilidad del turismo son, entre otros, la satisfacción de las necesidades de los visitantes y de las comunidades que los reciben, así como la protección y el mejoramiento del atractivo turístico para el futuro, por ser parte de un recurso económico nacional.

La relación entre los turistas, las comunidades propietarias, los atractivos y el medio ambiente comprende un conjunto complejo de elementos interactivos, en la cual cada uno debe mantener su propia continuidad en asociación con los demás, mediante el desarrollo de una relación mutuamente beneficiosa y positiva.

Cuando se habla de desarrollo sostenible, dentro de un esquema económico fundamentado en la oferta y la demanda, hay que necesariamente considerar como primer paso, la aplicación de medidas o formas económicas que hacen a la naturaleza conservada una forma de oferta acorde con una demanda real.

Es así que el turismo puede ser la mejor opción dentro de esta perspectiva, que no espera transformación degradable o explotadora de los recursos, sino más bien apela a la conservación de los mismos.

Sin embargo esta forma de turismo implica una re-conceptualización del término, que en años atrás y hasta ahora, muchas veces se olvida a la naturaleza en su pureza y se ha modificado en términos drásticos el paisaje, causando impactos innecesarios; por ejemplo la pavimentación, los medios de

transporte contaminantes, la sobre producción de energía, el irrespeto a la biodiversidad. En definitiva el desconocimiento impide el disfrute desde la valoración de la riqueza natural, sacrificando comodidades innecesarias, que atentan con la conservación.

Hay que puntualizar que las comodidades son en definitiva los principales actores de este proceso de culturización del turismo, no solo son los responsables de mantener en condiciones excelentes al medio ambiente, sino que además son ellas las que en última instancia definen el perfil de la demanda. Es decir, que sin la participación activa de la comunidad no es posible planificar, o diseñar un proyecto turístico sostenible. En la comunidad están todos los actores, la gente, los empresarios, los turistas, es el espacio de interrelación que consolidara el enfoque que se requiere dar al turista.

### **2.1.3. Turismo Participativo.**

El involucramiento del turista en las actividades periódicas es una nueva demanda del turismo, esto ha llevado a diferentes definiciones con argumentos similares como son: el turismo ecológico, turismo rural, agroturismo, turismo comunitario etc. De acuerdo a los actuales conceptos utilizados a nivel nacional e internacional lo denominaremos turismo participativo en el caso del Circuito Turístico.

“Una inserción armónica y de participación social del turista en la vida cotidiana de una comunidad ecológica ecuatoriana, como una oportunidad de intercambio cultural, en el cual la misma comunidad participe en la definición, formulación y manejo de paquetes turísticos ecológicos e históricos culturales, dentro de un marco profesional y empresarial, y donde los beneficios (ingresos, fuentes de trabajo) sean un impulso significativo para el desarrollo socioeconómico y cultural de la comunidad”<sup>2</sup>

El turismo participativo por lo señalado se ha convertido en una opción para obtener ingresos adicionales que contrarresten la dependencia excesiva de la población en los rubros de la agricultura y la ganadería, especialmente en la característica cíclica que estos tienen y que afecta la regularidad de los ingresos. Se pueden utilizar y consumir los productos propios, promocionar los valores culturales de la zona y ofrecer un servicio más accesible, más natural y menos costoso.

Algunos de los beneficios económicos incluyen el desarrollo de nuevas actividades empresariales, la creación de empleo, el aumento del ingreso, el desarrollo de productos y de infraestructura, así

---

<sup>2</sup> Saar van Haudermeiren (1998), Manual de economía ecológica. Instituto de ecología política.

como oportunidades especiales de vincularse con otros servicios y productos. Si el enfoque es el correcto, también puede promover el orgullo de la comunidad y originar una mejor calidad de vida.

La comunidad deberá evaluar cuidadosamente sus lugares y edificios históricos, sus tradiciones, su patrimonio cultural, sus atractivos y su belleza natural. La sostenibilidad del turismo sugerirá entonces la preservación de estos valiosos activos para generaciones futuras y para generar ganancias económicas y sociales durante mucho tiempo. El valor económico de la protección de esos activos ayuda a las comunidades, grandes y pequeñas, a enriquecer el potencial de turismo global.

En estudios recientes se han demostrado que son cada vez más los viajeros interesados en ver y hacer más y están dispuestos a permanecer más tiempo y a gastar más dinero en zonas donde se da importancia a la cultura y al medio ambiente.

## **2.2. SISTEMA TURÍSTICO.**

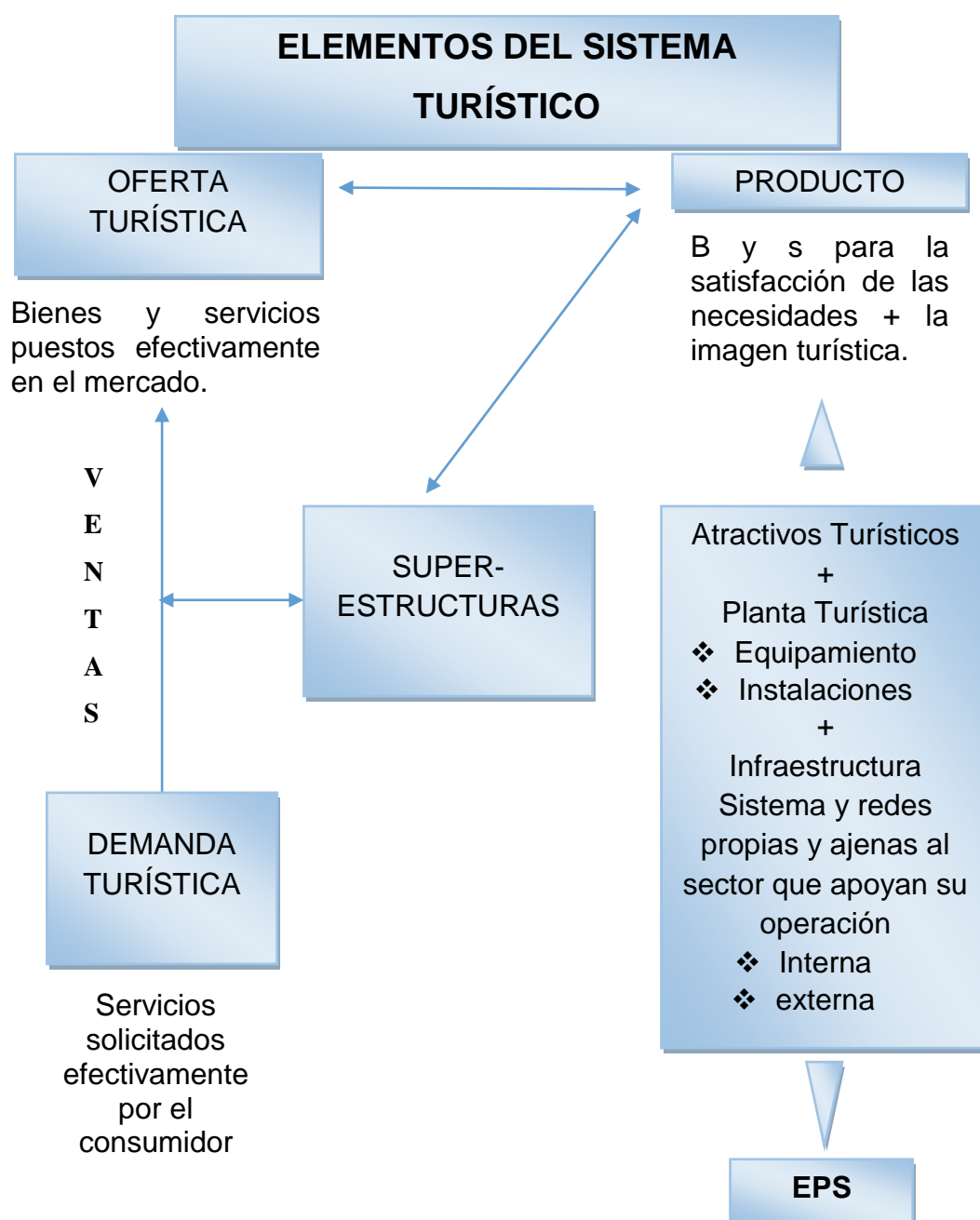
En las últimas décadas el turismo ha contribuido de manera significativa al desarrollo económico, social y cultural de un gran número de destinos y de países y se ha convertido en una actividad altamente lucrativa para la mayoría de las empresas involucradas en la prestación de los servicios turísticos.

Es por este motivo que se ha puesto especial interés en lograr un mejor conocimiento del fenómeno turístico, con el propósito de establecer los fundamentos que permitan una más adecuada comprensión del turismo actual y sus tendencias; de la misma manera el óptimo aprovechamiento de los beneficios que brinda su desarrollo sustentable, los cuáles día a día se hacen más latentes.

### **2.2.1. Elementos del Sistema.**

En el siguiente gráfico se presentan las partes integrales del sistema turístico, señalando además sus relaciones esenciales; en el lado izquierdo se registra el punto de partida del funcionamiento del sistema, el cual se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística, a través del proceso de venta del llamado producto turístico, que junto a la infraestructura forman la EPS (Estructura de producción del sector), en el centro del diagrama está representada la superestructura turística, cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento y la interrelación de las partes.

El sistema turístico sin llegar a ser extremadamente complejo en su estructura tiene particularidades en su funcionamiento que se detallan en su explicación:



### 2.2.3. La cadena de valor en turismo.

La cadena de valor de turismo, en especial dentro de las actividades turísticas alternativas en las que se incluye el turismo participativo, se diferencia de la cadena económica productiva normal en la que se involucra como el elemento principal uno o varios productos tangibles con la finalidad de ir agregando valor a cada una de las actividades e incrementar el valor agregado de una manera técnica.

La cadena de valor típica se encuentra en el siguiente gráfico:

### CADENA DE VALOR DEL TURISMO



El inventario turístico es el primer eslabón de la cadena para generar un producto turístico de calidad. Un inventario técnicamente elaborado requiere establecer los objetivos del inventario, realizar el reconocimiento general de área y delimitar el sitio turístico, definir la actitud turística y la accesibilidad de los atractivos y evaluar la actitud turística.

Una segunda etapa consiste en la valoración de las características para llegar finalmente a una jerarquización, pues no todos los atractivos tienen la misma valoración y tampoco se pueden lograr que todos los atractivos sean sujetos de desarrollo.

El segundo eslabón es la planta turística que es el complemento para la materia prima, que permite el desarrollo de acceso (transporte vías), necesidad de alojamiento y alimentación (Hoteles, bares restaurantes) y otros servicios complementarios como son los de diversiones, que conjuntamente logran brindar un servicio turístico de calidad.

La creación o instauración de la planta turística es una de las partes más importantes del turismo, ya que la satisfacción de las necesidades y preferencias del turista, harán que el desarrollo turístico se complemente.

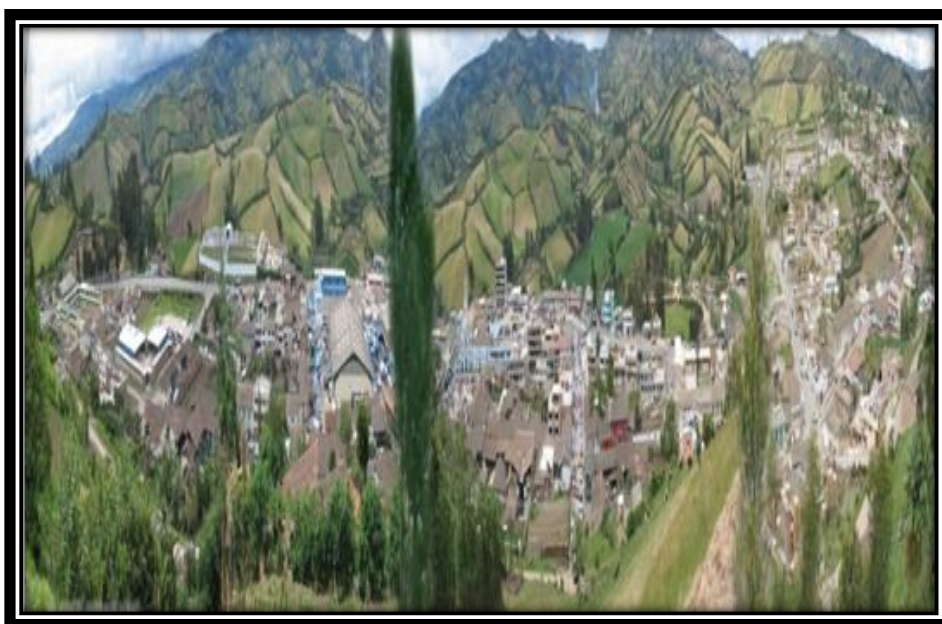
El tercer eslabón de la cadena corresponde a la producción turística en el cual se añaden algunos elementos para transformarlos en paquetes turísticos, esto con la finalidad de ofrecer un servicio turístico eficiente dirigido a las personas amantes de la naturaleza y aventura para que el visitante se sienta satisfecho, a través de una asistencia personalizada, creativa e innovadora.

El siguiente paso es la comercialización de productos que incluye la promoción, difusión y venta de los servicios turísticos que se oferten y finalmente la conexión con el mercado y con la comunidad.

### 2.3. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LA PARROQUIA

#### Ilustración N° 1.

##### Parroquia Julio Andrade



#### 2.3.1. Reseña Histórica<sup>3</sup>

En el periodo colonial, a la zona se la conoció con el nombre de Pun, que en lengua muellamues significa zanja o lindero que separa propiedades y bienes. Si revisan las escrituras y testamentos del siglo XVII, podrán observar que esta región pertenecía a los herederos de los señores García Tulcanaza y colindaba con las propiedades de los señores Paspuel Tusa, caciques de Tusa; porque la expresión Pun se aplicó a casi toda la franja que ocupa el Nudo de Boliche hasta sus mismos declives, incluyendo territorio de las actuales parroquias de El Carmelo y Julio Andrade.

La parroquia de Julio Andrade en sus inicios se denominó “La Orejuela”, debido a que en el año de 1869 José María Orejuela del predio Babilar, inicia un juicio en contra del Sr. Olmedo Yépez, arrendatario de una parte de la hacienda Yalquer, cuyo dueño era Manuel Gómez de la Torre y

---

<sup>3</sup> TAPIA, Amílcar. Reseña Histórica de Julio Andrade Pag:12-50

Gangotena, lo que generó grandes pleitos. Orejuela por este conflicto se apoderó de una parte de la hacienda la Encañada, situación que se mantuvo por largos años. Por este motivo es que a la actual Parroquia de Julio Andrade se la conocía como Orejuela.

Para 1925, en este lugar ya se había construido una pequeña plaza, que era el lugar donde se concentraban los moradores de la zona para realizar sus intercambios comerciales y reuniones sociales, de la misma manera la capilla era asistida por los párrocos de Huaca, que pertenecían a la diócesis de Ibarra.

### **2.3.2. Situación Geográfica**

Por su ubicación estratégica, es paso obligado, tanto para los pobladores de los cantones Tulcán, Huaca, Montufar, y del interior del país, así como de los turistas de la vecina República de Colombia.

La Parroquia de Julio Andrade se encuentra localizada de acuerdo a las siguientes coordenadas:

- 00" 40" de latitud norte
- 73" 43" longitud oeste

**Altitud:** 2.950m sobre el nivel del mar, con variaciones desde 2.327m, hasta 2.929m, sobre el nivel del mar.

**Superficie:** 85.30 Km<sup>2</sup> que constituye el 5.08% del total del Cantón Tulcán, límite fronterizo entre Ecuador y Colombia

**Clima:** La temperatura media, según el Instituto Nacional de Meteorología e Hidrología es de 12.2 grados centígrados, la mínima es de 3.4 grados centígrados y la máxima es de 20.2 grados centígrados, con un valor pluviométrico anual de 1250-1300mm.

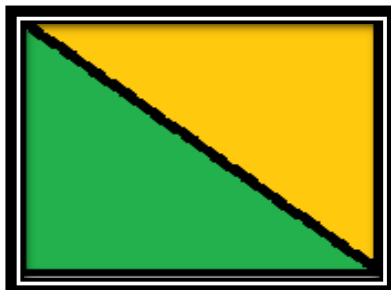
### **2.3.3. Límites:**

- NORTE: Parroquia Urbina y Cantón Tulcán.
- SUR: Cantón San Pedro de Huaca.
- ESTE: Parroquia El Carmelo y Provincia de Sucumbíos.
- OESTE: Cantón San Pedro de Huaca, Parroquia Santa Martha de Cuba, Pioter y Páramos del Ángel.

#### 2.3.4. Símbolos Patrios<sup>4</sup>

##### Ilustración N° 2.

##### Bandera de la Parroquia de Julio Andrade



La bandera está compuesta de dos colores: amarillo y verde en forma triangular.

El color amarillo ocupa la parte superior, simboliza la riqueza de su suelo, de sus mentes y espíritus; además representan los frutos de madurez dorados por el sol, cultivados por las manos trabajadoras de los julianos y bendecidas por Dios.

El color verde esmeralda que cobija sus prados y sementeras, simboliza la esperanza de un mañana mejor; permiten que la ganadería y la agricultura sean la fuente inagotable de su economía, que con el trabajo de sus hijos sigue cada día por los caminos del progreso.

##### Ilustración N° 3.

##### Escudo de la Parroquia de Julio Andrade



---

<sup>4</sup> ILUSTRACION, “Símbolo Patrio” Parroquia Julio Andrade



El escudo es un símbolo nobiliario que representa el poder, la grandeza y los valores que engalanan a una comunidad con profundas raíces históricas y culturales. Este fue creado mediante un concurso realizado entre las escuelas Belisario Quevedo, César Antonio Mosquera y Héctor Lara, y como jurado calificador fueron designados por el Rvdo. Rubén Ulpiano Fuertes párroco de Huaca, por el Sr. Marco Narváez profesor y por el suscrito párroco de Julio Andrade, reunidos en la escuela Belisario Quevedo. Luego de analizar se llegó a la conclusión de que la Escuela Belisario Quevedo era la ganadora.

El blasón simboliza la coraza del guerrero de Julio Andrade, fuerte y con mucho coraje frente a los difíciles retos que le depara la vida. Las veinte y dos estrellas representan el número de comunidades que integran la noble gloriosa y trabajadora parroquia de Julio Andrade.

En la parte superior del escudo dos poderosas manos trabajadoras empuñan la base de una antorcha, la cual demuestra la luz y la fuerza del límpido pensamiento de sus pobladores.

En el interior del escudo se destaca el libro de la cultura, la sabiduría, la ciencia, la historia, enriquecidas en su corazón poderoso, en su espíritu transparente y en el fecundo cerebro.

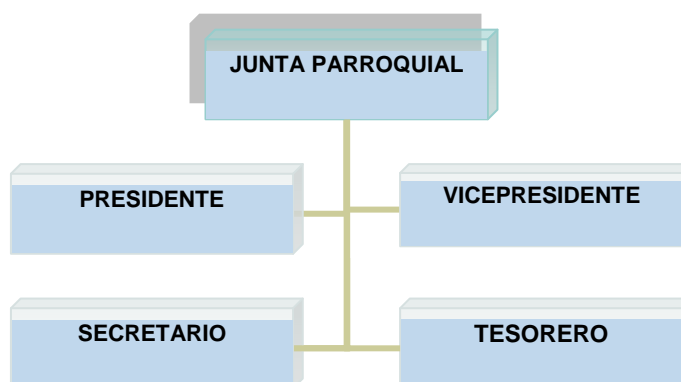
Internamente al escudo en la parte superior derecha se ubica el símbolo del cooperativismo, reverdecido por la esperanza y engrandecido por el ahorro solidario que ha originado el despegue económico y el bienestar social de sus habitantes. Y en su parte inferior se observa el naciente sol que vivifica el campo, abraza la cordillera de los Andes, llena de verdor y riqueza productiva, los surcos agrícolas enorgullecen la abundante producción de la papa. También encontramos el cuerno de la abundancia de cuyo interior brotan monedas del trabajo que genera el desarrollo y progreso de sus habitantes; sobre éste descansa el azadón y la pala con las que rotura el suelo del que brotan los frutos del progreso en las diferentes jornadas agrícolas que día tras día realiza nuestro pueblo.

El escudo descansa sobre una banda azul con la inscripción: **“UNION, TRABAJO, CULTURA”**, eslogan que simboliza la poderosa unidad comunitaria, el fecundo trabajo y solidario de una grandeza cultural de los nobles y orgullosos habitantes de la ínclita parroquia de Julio Andrade.

### 2.3.5. Situación Jurídica<sup>5</sup>

Dentro de esta estructura político-administrativa la parroquia de Julio Andrade pertenece al cantón Tulcán y es jurisdicción del Gobierno Municipal, con su primer personero el señor Alcalde; y mientras que la Junta Parroquial es considerada la primera autoridad de la parroquia, además de la Tenencia Política, Registro Civil, Destacamento de Policía.

### 2.3.6 Situación Institucional



La parroquia de Julio Andrade está conformada por los siguientes niveles administrativos:

- Nivel Legislativo.- está constituido por el pleno de la junta parroquial.
- Nivel Directivo.- se encuentra integrado por el presidente de la junta parroquial, y en caso de subrogación por el Vicepresidente.
- Nivel Auxiliar de Apoyo.- se encuentra integrado por el secretario y tesorero.
- Nivel Operativo.- se encuentra conformado por las comisiones que se nombrarán para el efecto.

Existen agrupaciones sociales y culturales como:

- Biblioteca SINAB perteneciente al Ministerio de Educación y Cultura
- Asociación de Ex alumnos de Colegio Cesar Antonio Mosquera
- Asociación de Ex alumnas de “María Auxiliadora”
- Grupo de Danza Quechua Marka
- Grupo de Danza Nuestro Pueblo

---

<sup>5</sup> FUENTE: Junta Parroquial de Julio Andrade

- Grupo de Tercera Edad.
- Organizaciones Artesanales
- Organizaciones Gremiales
- Organizaciones Económicas Productivas

La Junta Parroquial es un organismo participativo, sus proyectos dirigidos para la participación ciudadana y bienestar en comunidad son: capacitación en liderazgo social; elaboración, gestión y seguimiento de proyectos; autogestión y recursos para el desarrollo; mingas comunitarias para contribuir en el desarrollo.

### **2.3.7. Diagnóstico Económico**

La parroquia Julio Andrade, siempre se ha caracterizado por dedicarse principalmente a la agricultura, en especial al cultivo de papa, a la ganadería y producción de leche, sin dejar de lado el alto desarrollo del comercio, transporte y pequeña industria.

Así podemos enunciar que en la actualidad existen mercados de ABASTOS, de ANIMALES, y de PAPA, lo que ha permitido el crecimiento de la parroquia, del cantón y en general de la provincia, además de ser considerada la zona más productiva de papa.

### **2.3.8. Diagnóstico Social**

#### **Vivienda**

De acuerdo al último censo en la Parroquia de Julio Andrade existe un total de 2.025 viviendas.

#### **Población**

La Parroquia Julio Andrade, perteneciente al Cantón Tulcán, Provincia del Carchi, considerada una de las parroquias más grandes de la provincia que en sus 75 años de vida político-administrativa ha crecido a pasos agigantados con el trabajo fecundo de sus habitantes, cuenta con una población aproximada de 13.000 habitantes, compuesta por 22 Comunidades y 10 Barrios.

#### **Educación**

Existe una limitación en los recursos económicos de los padres de familia para enviar a sus hijos a la escuela, especialmente en las comunidades rurales. Dentro del sector educativo la parroquia Julio Andrade cuenta con:

- 5 instituciones educativas urbanas.
- 16 instituciones educativas rurales.

## **Salud**

La infraestructura del Subcentro de Salud es apta por el momento y alberga tanto a profesionales, pacientes, equipos médicos, con holgura. Sin embargo no existe un Laboratorio Clínico y faltan materiales y equipos para el funcionamiento del laboratorio.

## **2.4. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS NATURALES.**

Para emprender un negocio turístico, el punto de partida será el estudio de los recursos con los que cuenta la parroquia, para ello se empleó la investigación de campo en la cual se obtuvo resultados que muestran el inventario de los principales recursos naturales, el cual describe el nombre del atractivo, el estado en el que se encuentra, su categoría, su tipo y accesibilidad; basándose en los parámetros utilizados por el Ministerio de Turismo del Ecuador

### **CUADRO N° 1: CLASIFICACIÓN DE LOS SITIOS NATURALES.**

<b>CATEGORÍA</b>	<b>TIPO</b>	<b>SUBTIPO</b>
<b>Sitios Naturales:</b>		
➤ Cascada de Yangorral.	Ríos	Cascada
➤ Cascada de Loma Chiquita del Niño Jesús.	Ríos	Cascada
➤ Potrerillos.	Bosque	Paramo
➤ Cascadas de San José del Troje.	Ríos	Cascada
➤ Vertiente de Cucacho.	Aguas Subterráneas.	Aguas minerales

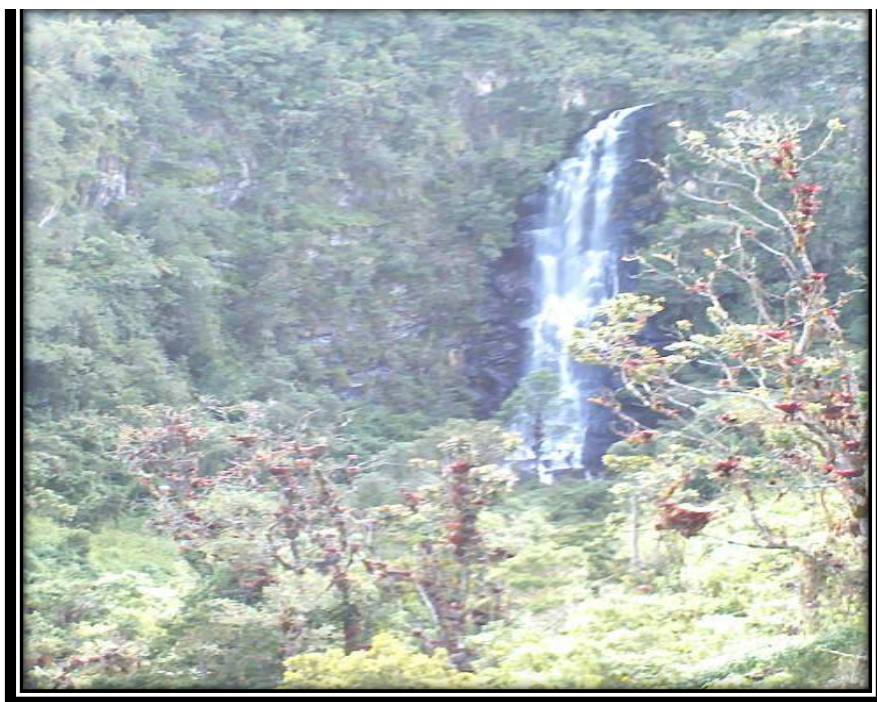
**CUADRO N° 2: CASCADA DE YANGORRAL.**

ATRACTIVO	Cascada de Yangorral.
ESTADO	Potencial.
CATEGORÍA	Sitios Naturales.
TIPO	Ríos.
SUBTIPO	Cascada.
DESCRIPCIÓN	<p>La Cascada mide aproximadamente 150 metros de altura, se encuentra ubicada en la Comunidad del Moral, a 25 minutos del centro de la parroquia.</p> <p>Se encuentra rodeada de un bosque con una variedad de árboles nativos de la zona.</p> <p>El río que origina la cascada también provee de agua a todos los terrenos que están ubicados alrededor de la misma.</p>
ACCESIBILIDAD	<p>La Ruta de Julio Andrade al inicio de la Comunidad del Moral se encuentra asfaltada y en buen estado.</p> <p>De la Comunidad del Moral hasta la Comunidad de Yangorral, la vía se encuentra empedrada y se puede acceder con vehículo.</p> <p>De la Comunidad de Yangorral hasta 1 Km antes de la cascada, aquí se debe realizar una caminata por el sendero en medio del bosque desde el cual se puede admirar la cascada. Cabe destacar que no se puede llegar al pie de la cascada puesto que no existe ninguna ruta de acceso.</p>
ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Deporte de Aventura (Paseo en Tarabita).</li> <li>• Senderismo.</li> <li>• Observación del Paisaje Natural.</li> </ul>

**Fuente:** Inventario de Atractivos Naturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N°4    CASCADA DE YANGORRAL.**



**CUADRO N° 3: CASCADA DE LOMA CHIQUITA.**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>Cascada de Loma Chiquita.</b>
<b>ESTADO</b>	Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>	Sitios Naturales.
<b>TIPO</b>	Ríos.
<b>SUBTIPO</b>	Cascada.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>La Cascada mide aproximadamente 8 metros de altura, se encuentra ubicada en la Comunidad de Loma Chiquita, posee aguas muy cristalinas con abundante vegetación a sus costados, su caudal crece dependiendo de la época de lluvia.</p> <p>En este lugar se puede apreciar diversidad de flora como: hongos silvestres, hojas de bigau, moras ricota, árbol de encino, etc.</p>
<b>ACCESIBILIDAD</b>	<p>La Ruta de Julio Andrade hacia la Comunidad de San Francisco del Troje es de 7Km, esta vía se encuentra asfaltada.</p> <p>De la Comunidad San Francisco del Troje hasta Loma Chiquita son 2 Km de vía empedrada, desde ahí en adelante se realiza una caminata de aproximadamente 500 metros, en condiciones no tan confortables ya que se deben abrir senderos.</p>
<b>ACTIVIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caminata Ecológica.</li> <li>• Fotografía.</li> <li>• Observación del Paisaje.</li> </ul>

**Fuente:** Inventario de Atractivos Naturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.



**Ilustración N° 5. CASCADAS DE LOMA CHIQUITA.**





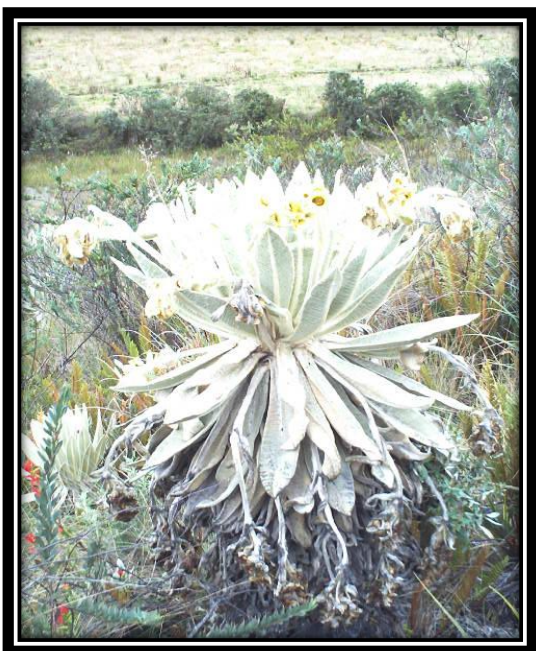
**CUADRO N° 4: POTRERILLOS.**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>Potrerillos.</b>
<b>ESTADO</b>	Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>	Sitios Naturales.
<b>TIPO</b>	Bosque.
<b>SUBTIPO</b>	Páramo.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Esta zona se encuentra en su mayoría cubierta por frailejones, especie nativa de la zona, es la fuente de varias vertientes que proveen de agua a todas las comunidades que se encuentran alrededor.
<b>ACCESIBILIDAD</b>	<p>La Ruta de Julio Andrade hasta la Comunidad de San Francisco del Troje es de 7Km, esta vía se encuentra asfaltada.</p> <p>De la Comunidad San Francisco del Troje hasta Loma Chiquita son 2 Km de vía empedrada, desde ahí en adelante se realiza una caminata de aproximadamente 400 metros por la denominada cuesta Rompe Corazones, y luego unos 200 metros de bajada hasta el lugar antes indicado por un sendero.</p>
<b>ACTIVIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Observación de la Flora Autóctona de la Zona (Vivero Ecológico).</li> <li>• Camping en Montaña.</li> <li>• Fotografía.</li> <li>• Senderismo.</li> </ul>

**Fuente:** Inventario de Atractivos Naturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 6. POTRERILLOS.**



**CUADRO N° 5: CASCADAS DE SAN FRANCISCO DEL TROJE**

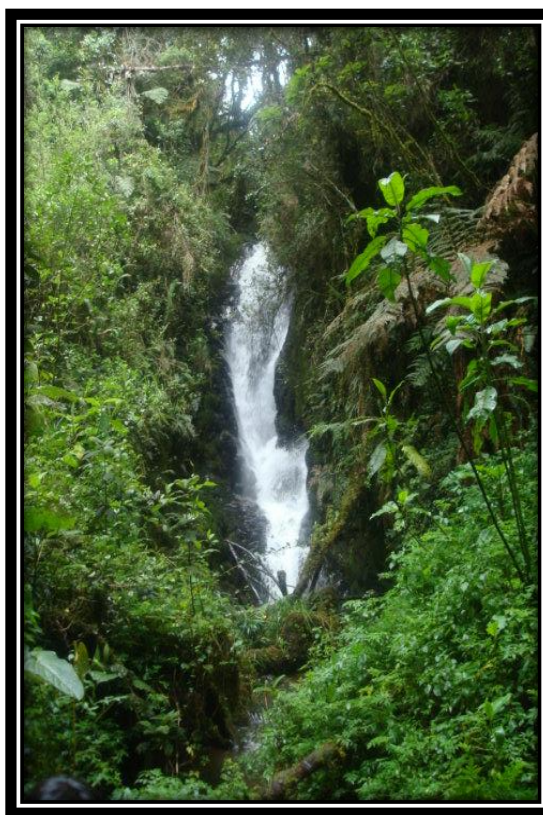
<b>ATRACTIVO Cascadas de San Francisco del Troje.</b>	
<b>ESTADO</b>	Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>	Sitios Naturales.
<b>TIPO</b>	Ríos.
<b>SUBTIPO</b>	Cascada.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Se encuentran ubicadas en la comunidad de San Francisco del Troje, están conformadas por tres cascadas en forma simultánea, formando un mismo caudal, están rodeados con un paisaje extenso de vegetación.
<b>ACCESIBILIDAD</b>	La Ruta de Julio Andrade hacia San Francisco del Troje es de aproximadamente 4 Km de vía empedrada, de ahí en adelante se realiza una caminata de 1:30 minutos por medio del río, ya que no existe ningún tipo de acceso o sendero que conduzca a dicho lugar.
<b>ACTIVIDADES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Turismo de aventura (senderismo).</li><li>• Fotografía.</li><li>• Observación del Paisaje.</li><li>• Ciclismo de Montaña.</li></ul>

**Fuente:** Inventario de Atractivos Naturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.



**Ilustración N° 7. CASCADAS DE SAN FRANCISCO DEL TROJE**



**CUADRO N° 6: VERTIENTE DE CUCACHO**

<b>ATRACTIVO</b>		<b>Vertiente de Cucacho.</b>
<b>ESTADO</b>		Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>		Sitios Naturales.
<b>TIPO</b>		Aguas Subterráneas.
<b>SUBTIPO</b>		Aguas Minerales.
<b>DESCRIPCIÓN</b>		Esta vertiente se encuentra ubicada a tres minutos del centro poblado de la parroquia de Julio Andrade, el agua de esta vertiente es mineral y es una fuente rica en componentes medicinales.
<b>ACCESIBILIDAD</b>		La Ruta de Julio Andrade hacia el sector denominado Cucacho es empedrado y no se encuentra en buen estado.
<b>ACTIVIDADES</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Natación.</li> </ul>

**Fuente:** Inventario de Atractivos Naturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.



**Ilustración N° 8. VERTIENTE DE CUCACHO**



## **2.5. ANÁLISIS FODA DE LOS ATRACTIVOS NATURALES.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversidad de flora con especies endémicas de la región.</li> <li>• Espacio físico existente para crear la oferta turística.</li> <li>• La parroquia se encuentra ubicada en un lugar estratégico.</li> <li>• Se puede destacar la presencia de lugares propicios para establecer una infraestructura turística.</li> <li>• Ofrece una vista espectacular.</li> <li>• Facilidad para realizar senderos ecológicos dentro de los diferentes bosques existentes en la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los turistas podrán disfrutar de los atractivos en su estado natural.</li> <li>• Visita de turistas para apreciar la biodiversidad de la zona.</li> <li>• Gran potencial turístico.</li> <li>• Desarrollo de la Parroquia.</li> <li>• Mejoramiento e incremento de la infraestructura turística la cual constituye una fuente generadora de empleo.</li> <li>• Aporte de la ONG para mantener el medio ambiente.</li> <li>• Tendencia del Turismo natural va en aumento.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de vías de acceso a los principales sitios naturales.</li> <li>• Inexistencia de señalización turística.</li> <li>• Falta de senderos ecológicos que faciliten el acceso a los turistas.</li> <li>• Falta de organización de la población en cuanto a la elaboración de proyectos turísticos.</li> <li>• Falta de capacitación turística.</li> <li>• Falta de promoción turística de los sitios que puede ofrecer la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Destrucción del Medio Ambiente.</li> <li>• Inversión de foráneos que acaparan la rentabilidad y beneficio de cada uno de los recursos naturales que se encuentran dentro de la parroquia.</li> <li>• Falta de Apoyo del Ministerio de Ambiente.</li> </ul>

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

## **2.6. INVENTARIO DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES.**

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
<b>Manifestaciones culturales:</b>		
➤ Iglesia de Santa Teresita del Niño Jesús.	Históricas.	Construcciones religiosas.
➤ Parque Central.	Históricas.	Arquitectura Civil.
➤ Casa Parroquial.	Históricas.	Arquitectura Civil.
➤ Celebración por Fiestas de Cantonización.	Acontecimientos programados.	Fiestas.
➤ Fiestas en Honor a su Patrona Santa Teresita del Niño Jesús.	Acontecimientos programados.	Fiestas.
➤ Elección del Rey de la papa.	Acontecimientos programados.	Fiestas.

**Fuente:** Inventario de Manifestaciones Culturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.



**CUADRO N° 7: IGLESIA DE SANTA TERESITA DEL NIÑO JESÚS.**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>Iglesia de Santa Teresita del Niño Jesús.</b>
<b>ESTADO</b>	Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>	Manifestaciones Culturales.
<b>TIPO</b>	Histórica.
<b>SUBTIPO</b>	Construcción Religiosa.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<p>En el año de 1938 con la llegada del padre Jaime Justicia a la parroquia, con el apoyo y colaboración de todos los julianos se empezó la construcción.</p> <p>Por los años de 1948 la construcción avanzó considerablemente. Por iniciativa del párroco se acostumbró a la gente a colaborar los domingos a la iglesia con el denominado sucre obrero para fondos de la misma, por esos tiempos todos los moradores de los barrios trabajaban en las famosas kermés para recolectar los fondos para la iglesia.</p> <p>En el año de 1960 el padre Marco Mejía tuvo la satisfacción de ver concluida la iglesia y su fachada orgullo para todos los julianos, como premio a tantos esfuerzos y gracias a todos los sacerdotes que se pusieron al frente para construir este grandioso templo.</p>
<b>ACTIVIDADES</b>	Se celebra fiestas religiosas en honor a la patrona Santa Teresita del Niño Jesús, además se celebran las misas dominicales.

**Fuente:** Inventario de Manifestaciones Culturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 9. IGLESIA SANTA TERESITA DEL NIÑO JESÚS.**



**CUADRO N° 8: PARQUE CENTRAL DE JULIO ANDRADE.**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>Parque Central.</b>
<b>ESTADO</b>	Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>	Manifestaciones Culturales.
<b>TIPO</b>	Históricas.
<b>SUBTIPO</b>	Arquitectura Civil.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Esta plaza que hoy constituye el parque principal servía para celebrar los actos cívicos más importantes, a la vez para practicar toda clase de deporte, pues aquí se jugaba la tradicional pelota de tabla, de guante y las decoradas corridas de toros en las festividades de Santa Teresita, allí se recreaban las personas en especial la juventud.
<b>ACTIVIDADES</b>	Esta plaza es reconocida por el monumento del General Julio Andrade por el cual la parroquia lleva su nombre y a sus lados los primeros propulsores para la creación de la misma. En este lugar se realiza la toma de fotografías.

**Fuente:** Inventario de Manifestaciones Culturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 10. PARQUE CENTRAL DE JULIO ANDRADE**



**CUADRO N° 9: CASA PARROQUIAL DE JULIO ANDRADE.**

ATRACTIVO	<b>Casa parroquial.</b>
ESTADO	Potencial.
CATEGORÍA	Manifestaciones Culturales.
TIPO	Históricas.
SUBTIPO	Arquitectura Civil.
DESCRIPCIÓN	El desarrollo de la parroquia lo hicieron posible las autoridades: eclesiástica, civil y educacionales conjuntamente con todos los pobladores y fundadores de la misma. No se sabe exactamente cuando fueron nombrados los miembros de las diferentes juntas parroquiales que trabajaron los primeros años. Cabe destacar que hasta el año 2000 las juntas parroquiales no tenían remuneración por parte del gobierno, solo su espíritu de servicio, su voluntad, su grande amor a la tierra que los vio nacer , los hizo desplegar las mejores acciones que buscaban el desarrollo de su parroquia, cada miembro de la junta parroquial jamás escatiman tiempo ni dinero alguno para ser los protagonistas del progreso de Julio Andrade, sus nombres y obras ejecutadas quedan grabadas con letras de oro en la historia de su parroquia.

**Fuente:** Inventario de Manifestaciones Culturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.



Ilustración N° 11. CASA PARROQUIAL DE JULIO ANDRADE.



**CUADRO N° 10: FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN.**

<b>ATRACTIVO</b>	<b>Fiestas de Parroquialización.</b>
<b>ESTADO</b>	Potencial.
<b>CATEGORÍA</b>	Manifestaciones Culturales.
<b>TIPO</b>	Acontecimientos Programados.
<b>SUBTIPO</b>	Fiestas.
<b>DESCRIPCIÓN</b>	Por tradición esta fiesta se la realiza por 10 días o más, de acuerdo al programa elaborado por las autoridades y los presidentes de las diferentes comunidades, todos los actos que realizan en el transcurso de estos días son una demostración de cultura y tradición que representa la idiosincrasia de los pueblos del Carchi.
<b>ACTIVIDADES</b>	<p>La gran minga de limpieza general de la parroquia es organizada por los barrios.</p> <p>Elección y coronación de la Srta. Reina de Julio Andrade.</p> <p>Pregón de fiestas.</p> <p>Quema del castillo.</p> <p>Como número central el desfile cívico militar que se lo realiza el 7 de noviembre de cada año.</p>

**Fuente:** Inventario de Manifestaciones Culturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustracion N° 12. FIESTAS DE PARROQUIALIZACIÓN.**





**CUADRO N° 11: ELECCIÓN DEL REY DE LA PAPA.**

ATRACTIVO	Rey de la Papa.
ESTADO	Potencial.
CATEGORÍA	Manifestaciones Culturales.
TIPO	Acontecimientos Programados.
SUBTIPO	Fiestas.
DESCRIPCIÓN	Esta elección es realizada durante las Fiestas de Parroquialización, ya que se da un reconocimiento al mejor agricultor durante todo el año, como una motivación para que mejore su producción, ya que este producto es indispensable en la canasta familiar de cada uno de los hogares tanto de la Parroquia, la Provincia del Carchi y del país.
ACTIVIDADES	Elección y coronación del Rey de la Papa.

**Fuente:** Inventario de Manifestaciones Culturales.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 13. ELECCIÓN REY DE LA PAPA**

**Tradición Cultural (Rey de la Papa)**



## **2.7. ANÁLISIS FODA DE LOS ATRACTIVOS CULTURALES.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Celebración de fiestas Tradicionales y Culturales.</li> <li>• Existencia de infraestructura religiosa.</li> <li>• La gente se caracteriza por ser amable, emprendedora y respetuosa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaboración de la Junta Parroquial mediante organización de eventos culturales.</li> <li>• Crecimiento en la tendencia del Turismo Vivencial.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de Atractivos Culturales.</li> <li>• No existe un lugar donde se pueda exhibir su historia.</li> <li>• No elaboran artesanías de ningún tipo.</li> <li>• Falta de información y rescate de la cultura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida de identidad por introducción de nuevas culturas.</li> <li>• Migración de los pobladores.</li> </ul>

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

## 2.8. INVENTARIO DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.

Para que la Parroquia de Julio Andrade sea considerada como una alternativa turística es necesario que cuente con varios servicios que apoyen al turismo, pues esto constituye la base para las estructuras requeridas por los visitantes.

Para una mejor apreciación de los servicios turísticos que puede ofrecer la parroquia se utilizara la clasificación de dos categorías:

- Infraestructura Turística.
- Infraestructura Básica.

### 2.8.1. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.

En la actualidad se cuenta con un reglamento de turismo que se encarga de normar y clasificar la infraestructura turística este es elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

**Servicio de Alojamiento:** Entendiéndose aquel lugar que se encuentra acondicionado para que los visitantes puedan quedarse uno o varios días, estos alojamientos pueden ser: hoteles, hostales, residencias, pensiones, moteles, refugios, cabañas, complejos vacacionales, casa de alquiler temporal, zona de camping, etc. En la parroquia existe solamente una Residencial denominada RESIDENCIAL JULIO ANDRADE y un Hotel denominado NADERIK que se encuentra en la fase final de su construcción.

**Ilustración N°14.ALOJAMIENTO**



**Servicio de Alimentación:** Comprende todo lugar habilitado para suministrar alimentos estos pueden variar de acuerdo al precio y zona en las que se encuentren ubicados la parroquia cuenta con: 20 restaurantes que en su mayoría son Asaderos de Pollo, además cuenta con 3 cafeterías.

### Ilustración N° 15 ALIMENTACIÓN.



**Servicio de Recreación y Esparcimiento:** Se refiere a todas aquellos lugares en donde las personas pueden distraerse de sus actividades diarias ya que están diseñadas para realizar un sinnúmero de actividades recreativas, ociosas o activas entre las que se cuentan: 6 canchas deportivas, 3 discotecas, 5 karaokes, 3 bares, y eventualmente espectáculos públicos, además posee una instalación deportiva amplia como es el ESTADIO JULIO ANDRADE.

**Servicio de Seguridad:** Este depende de la acción realizada por la Policía Nacional ya que es la encargada de las labores de vigilancia y control de la ciudadanía en la parroquia. La parroquia dispone de un Retén Policial.

**Servicio de Salud:** Son todos los establecimientos destinados atender personas que se encuentren enfermas o heridas. Posee un solo Subcentro de Salud.

**Servicio de Transporte:** Se refiere a todos los medios en los cuales se trasladan personas o bienes desde un lugar a otro. En la Actualidad cuenta con tres compañías de Transporte pesado, una compañía de transporte liviano, una compañía de transporte de pasajeros y una cooperativa de taxis.

Es importante destacar que la parroquia de Julio Andrade actualmente no cuenta con turismo comunitario, ya que su infraestructura no cubre con las necesidades requeridas por cada uno de los posibles turistas que visitarían la parroquia.

#### 2.8.2. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

**Agua:** El área urbana de Julio Andrade tiene servicio de agua las 24 horas del día, con el sistema de agua potable se cubre casi la totalidad de la población.

**Alcantarillado:** Se encuentra obsoleto debido al tiempo de vida útil y al crecimiento habitacional, se requiere de un nuevo sistema de alcantarillado.

**Energía Eléctrica:** La empresa EMELNORTE es la entidad encargada del mantenimiento, instalación y control del sistema eléctrico en la Parroquia de Julio Andrade. El Gobierno Municipal de Tulcán como institución integrante de la Empresa puede presentar proyectos de ampliación y desarrollo según la necesidad y las políticas a seguir, esto es, dotar de iluminación y energía a las calles y sectores donde la necesidad lo amerite.

## **2.9. ANÁLISIS FODA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS.**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición de un dispensario médico en el centro de la parroquia.</li> <li>• Cobertura de energía eléctrica en toda la parroquia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presupuesto del Gobierno Parroquial para dotar de servicios básicos a la población.</li> <li>• Colaboración del Municipio con Obras de Infraestructura.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de infraestructura para dar acogida a los turistas.</li> <li>• Escasos lugares donde ofrezcan un servicio de alimentación variada.</li> <li>• No existe un mercado artesanal.</li> <li>• La comunidad tiene problemas de prestación de servicios turísticos debido a que no tiene experiencias en esta actividad.</li> <li>• Posee un alcantarillado obsoleto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta inversión en servicios de alojamiento.</li> <li>• Falta de motivación para invertir en infraestructura recreacional.</li> <li>• Inexistencia de un centro de información y guías turísticas.</li> </ul>

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

## **2.10. ESTUDIO DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA.**

### **2.10.1. OFERTA TURÍSTICA.**

La oferta turística constituye el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que se encuentren disponibles en el mercado, ya que poseen un determinado valor o atractivo turístico, que es puesto a disposición de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos como: hoteles, restaurantes, transportes, diversiones, etc. Pero la oferta turística en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad. Los bosques, las plazas, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto son con frecuencia de tanta importancia para los turistas nacionales como para los extranjeros.

Para comprender de mejor manera es conveniente que se reconozcan las características de la oferta turística:

- La producción de servicios turísticos se la debe realizar en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios, para este proyecto los turistas deben llegar a la Parroquia de Julio Andrade.
- Los recursos turísticos son atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado sino son puestos en valor y explotados, como se mencionó anteriormente la Parroquia Julio Andrade posee algunos atractivos que se detallan a continuación:
  - Cascada de Yangorral.
  - Cascada de Loma Chiquita del Niño Jesús.
  - Potrerillos.
  - Cascada de San Francisco del Troje.
  - Vertiente de Cucacho.
  - Iglesia de Santa Teresita del Niño Jesús.
- Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados pero los mismos pueden sufrir deterioros al no ser protegidos de manera adecuada,

motivo por el cual deberían crear campañas de cuidado y prevención de estos sitios. Esto se puede lograr si se enseña a la comunidad y turistas a proteger el medio ambiente, para ello se lo que podrían hacer es :

- Crear una campaña de reciclaje de desechos, en el cual se proporcionen fundas plásticas a los turistas para la recolección de desperdicios que se generen en su visita.
- Los turistas no podrán arrancar o dañar cualquier especie de flora existente y en el caso de observar animales deberán evitar el contacto con ellos, ya que podrían ser peligrosos o simplemente los podrían asustar.
- En el caso de que los turistas lleven alimentos para consumir en los trayectos, estos deberán ser tipo snack por lo cansado y pesado del camino.
- La ropa que deberían usar debe ser ligera y zapatos que les permita hacer largas caminatas.
- Los turistas deben mantenerse siempre en grupos para evitar accidentes.

Las cinco grandes clases de servicios de las cuales hace uso generalmente el turista son: alojamiento, alimentación, medios de comunicación e información, servicios de comercio asociados y actividades de distracción y ocio.

### ***ALOJAMIENTO***

La Parroquia Julio Andrade al contar con solo una residencial en funcionamiento y un hotel en construcción, se ha visto en la necesidad de crear un proyecto basado en la construcción de una hostería que sirva tanto para el alojamiento de los turistas como para la distracción de los mismos, y esto ayudará para que los turistas se relacionen con la naturaleza. Al momento de realizar esta propuesta se tomarán en cuenta los siguientes factores:

- Esta hostería cuenta con 10 suites de uno y dos dormitorios completamente equipados; además cuenta con sala-comedor, cocina, baño, TV, línea telefónica, agua temperada,



aire acondicionado. Entre sus servicios e instalaciones se destaca: el servicio de bar-restaurante, servicio de internet wifi en toda la hostería y sala de diversiones para niños y adultos.

- Además cabe resaltar que para satisfacer las necesidades y gustos de los turistas se ofrecerá un área de camping, para aquellos que prefieren estar completamente en contacto con la naturaleza.

### **ALIMENTACIÓN**

La parroquia cuenta con 20 restaurantes que ofrecen servicio de alimentación que no son exclusivamente para turistas por lo cual, la Junta Parroquial considera la posibilidad de crear un bar-restaurante en la hostería, y un snack bar en el complejo turístico, este ofrecerá comidas típicas de la zona como son:

- **Cuy Asado.-** Suculento y tradicional cuy criollo asado en la brasa de carbón acompañado de papas enteras, lechuga, tomate riñón y de las vísceras de los mismos formando una exquisita zarza.
- **Hornado.-** Chanco horneado en los antiguos hornos de leña este plato está conformado por papas mote, lechuga, tomate riñón.
- **Queso Amasado.-** Tradicional y auténtico de nuestra zona, preparado a base de leche entera y sal, que se lo puede acompañar con pan, papas enteras, habas, choclos.
- **Chicha.-** Compuesto fermentado en olla de barro a base de arroz, piña, caña de azúcar, disueltos en preparados de agua aromática.
- **Champús.-** La preparación consiste en moler el morocho, luego de una larga cocción se le añade mote y panela diluida, es consumida en diferentes festividades religiosas y culturales de la parroquia.
- También existen otros platos típicos de la parroquia como son: Tortillas de tiesto, Caldo de gallina, Morocho con Empanadas y Humitas.

- Además de ofrecer comidas rápidas, snack, bebidas y otro tipo de menú que se pondrá a disposición de los turistas.

### ***MEDIOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN.***

- ❖ **Comunicaciones.-** Una población puede contar con muchos atractivos turísticos, pero solo pueden ser explotados si se dispone de las comunicaciones adecuadas y principalmente con información turística de la mejor calidad. Cabe destacar que la parroquia si cuenta con medios de comunicación e información.
- ❖ **Señalización.-** La señalización de un atractivo turístico es de vital importancia, debido a que es uno de los principales recursos que se tiene para indicar un sendero o ruta, en el caso de ausencia de un guía, esto también servirá de gran ayuda. Los letreros deberían estar bien escritos, con letras bien claras para que los visitantes no tengan ningún tipo de problema al leerlos y sean lo suficientemente grandes para su rápida visibilidad.

### ***TRANSPORTE.***

Al no existir empresas dedicadas al transporte turístico de la zona, la Junta Parroquial deberá conversar con las diferentes asociaciones de transporte como camionetas, busetas y taxis; que deseen formar parte del proyecto turístico, debido a la necesidad de implementar este servicio para que los turistas tengan fácil acceso a los lugares a visitarse.

### ***DISTRACCIÓN Y OCIO***

La Parroquia Julio Andrade al no contar con sitios para realizar actividades de distracción y ocio, se ha visto en la necesidad de crear proyecto de: construcción de una hostería, un complejo turístico, tarabita, y un vivero ecológico que sirvan para la distracción de los turistas, además que servirá para que se relacionen con la naturaleza, de la misma manera crear conciencia de la conservación del medio ambiente.

### **2.10.2. DEMANDA TURÍSTICA.**

A la Demanda Turística se la puede definir como el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (el público) requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda.

Cabe resaltar que la parroquia no dispone de una demanda turística ya que no se ha explotado ninguno de los atractivos que podrían ser turísticos y porque, no posee una infraestructura adecuada para acoger a los turistas.

La demanda se va afectada tanto por factores internos, externos y propios del mercado derivados de su relación con la oferta.

#### **2.10.2.1 FACTORES QUE DETERMINAN LA DEMANDA**

La constituyen todos los elementos de juicio que los turistas toman en cuenta para la realización de sus viajes, estos se clasifican en internos y externos.

##### **2.10.2.1.1 Factores internos**

Son las condiciones propias de cada persona en particular, subjetivos y relativos a ellas, estos factores que determinan la posibilidad de que se realice o no el viaje, independientemente de las características de la zona, entre estas condiciones se encuentra:

**Renta.-** Es la capacidad económica que tienen las personas para destinar al consumo turístico y establecer el precio que tienen en el mercado los productos y servicios turísticos como alojamiento, alimentación, transporte, diversión, etc. Con igual nivel de renta dos personas distintas pueden optar por soluciones contrarias.

**Tiempo.-** Es un elemento necesario para la realización de la actividad turística, ya que es una acción que exige el desplazamiento del lugar de residencia, hacia otro considerado como destino, en el cual se tiene una estancia temporal, pues una vez terminada la actividad turística se vuelve al lugar de destino del turista. El tiempo es clasificado en tres tipos:

- ❖ **Tiempo laboral.-** Es aquella jornada en la cual las personas se dedican a sus actividades de trabajo correspondientes, en esta clasificación se encuentra un componente importante que son los viajes de negocios.
- ❖ **Tiempo libre.-** Es aquel tiempo disponible tras la jornada laboral, este es de libre decisión teniendo en cuenta las relaciones de dependencia sociales y familiares, el componente importante de esta clasificación son los viajes vacacionales.
- ❖ **Tiempo de ocio.-** Este es el tiempo dedicado a realizar actividades que producen satisfacción o goce luego de haber cumplido con nuestro trabajo y nuestros quehaceres personales.

**Predisposición.-** Es aquella necesidad o deseo de viajar que se trazan las personas cuando en general tienen cubiertas sus necesidades primarias. Esta predisposición turística, surge con las necesidades secundarias como las de esparcimiento, psicológicas o sociológicas que se realizan después de cubrir las necesidades primarias. Pueden estar también condicionadas por el ámbito social, la dependencia familiar y el nivel cultural de las personas.

#### **2.10.2.1.2 Factores externos.**

Son aquellos condicionantes que tienen las zonas geográficas consideradas como atractivos turísticos, los cuales afectan directamente al turista y pueden actuar como un polo de atracción o rechazo para la realización de las actividades turísticas. Estos se dividen en dos grupos:

**Factores de condiciones de la zona.-** Es aquel grupo de condicionantes que hacen atractiva a la zona turística, se presentan tres situaciones para que los visitantes puedan desarrollar sus actividades sin ningún contratiempo, ellas son:

- ❖ **Estado de tiempo.-** Son fundamentalmente las condiciones climáticas que se presentan en la zona que se desea visitar.

❖ **Distancia cultural.-** Se refiere principalmente a la diferencia de culturas, entre las cuales se desenvuelve diariamente el turista y la cultura de la zona de destino. Cuanto mayor es la distancia cultural, mayor es la resistencia que presentan los turistas para visitar determinadas zonas y esto hace que la demanda sea menor, pues se crean barreras entre el lugar de origen y destino; asimismo a menor distancia cultural menor es la resistencia de los turistas para visitar las diferentes zonas turísticas por lo tanto se incrementa la demanda.

❖ **Calidad de los productos y servicios turísticos.-** La calidad turística se analiza fundamentalmente por tres razones:

- La calidad de los elementos de la oferta turística (infraestructura turística).
- La calidad que ofrece la zona en la preparación, especialmente de los alimentos.
- La calidad por las condiciones de convivencia y seguridad

Quando los servicios turísticos presentan una menor calidad, mayor es la resistencia que presentan los turistas para visitar la zona, consecuentemente menor es la demanda o viceversa.

**Factores económicos.-** Son todas aquellas condiciones de la zona que afectan el viaje del turista y que explican en gran medida el planteamiento que indica que los países desarrollados se comporten como emisores, mientras que los países menos desarrollados se comportan como receptores; puesto que debemos tener en cuenta el diferencial de renta y precios entre los países. En esta clase existen tres grupos:

❖ **Distancia Económica.-** Es el incremento que sufre el precio del viaje, en relación al precio o costo de transporte, esto depende de la distancia que debe recorrer el turista desde donde se encuentra hacia el lugar de destino, en el cual a mayor distancia mayor precio.

❖ **Costo del viaje.-** Es el monto global que paga el turista en función de su país o lugar de residencia y la zona turística o país de destino turístico, tomando en cuenta la evaluación del precio, este costo depende de tres elementos:

- De la cantidad de productos y servicios que consume el turista. A mayor cantidad mayor precio, además también depende de la categoría del atractivo turístico, a mayor categoría mayor precio.
- El nivel de vida o la diferencia de precios entre el país de residencia y el lugar de destino.
- Los valores de cambio de las monedas, que pueden dar lugar a que un precio pueda variar entre el lugar de destino y el de residencia, esto como consecuencia de la modificación constante del valor de cambio de la moneda.

Un incremento del precio del viaje da lugar a mayor resistencia de zona, en consecuencia habrá menor demanda o viceversa.

❖ **La temporada turística.-** Es el conjunto de condiciones homogéneas que presentan las zonas, caracterizadas por la situación de la oferta y el acceso de la demanda que dan lugar a una modificación constante del precio distinguiendo tres tipos de temporadas:

- **Temporada alta.-** Se caracteriza porque los atractivos y la oferta se encuentran en la mejor situación posible. Esto coincide generalmente con un acceso masivo de los turistas lo que a su vez provoca un incremento considerable del precio, procedente de la limitación temporal de las personas para la determinación de los periodos vacacionales.
- **Temporada media.-** Se caracteriza por la pérdida de las condiciones y características de los atractivos turísticos de la zona, donde la demanda turística reduce. La temporada media se utiliza como temporada de promoción, cuando el atractivo turístico tienen buenas condiciones, sin embargo los turistas suelen tener limitaciones temporales.
- **Temporada baja.-** Es el periodo de tiempo en el cual los atractivos turísticos han perdido sus características esenciales y en donde la demanda turística está limitada, generalmente porque son los periodos establecidos para el trabajo; esto provoca una reducción progresiva de la demanda. En consecuencia el precio alcanza sus niveles más bajos y se provoca una baja rentabilidad de las empresas por lo cual muchas de ellas tendrán que cerrar.

### 2.10.2.2 DEMANDA INTERNA

**Población.-** El trabajo de levantamiento de encuestas se realizó en la parroquia Julio Andrade, perteneciente al cantón Tulcán, provincia del Carchi, tomando en cuenta que este es el poblado interesado en la creación de turismo en la parroquia.

**Cartografía.-** Las encuestas fueron aplicadas en toda la parroquia de Julio Andrade.

**Género.-** La aplicación de las encuestas fue sin distinción de género entre hombres y mujeres.

**Estado civil.-** El levantamiento de la encuesta se la hizo sin diferenciación, es decir se tomó en cuenta a todos los habitantes de la ciudad: casados, solteros, divorciados, viudos, etc.

**Edad.-** Los habitantes que participaron en la encuesta son todas aquellas personas que tienen la mayoría de edad, es decir existe una gran diversidad de edades entre los encuestados.

**Muestreo.-** Es una herramienta de investigación científica, su función esencial es determinar que parte de una realidad debe examinarse con el fin de hacer inferencias sobre dicha población. El error que podría cometerse es obtener conclusiones sobre cierta realidad a partir de la observación de solo una parte de ella, a este se denomina error de muestreo. Obtener una muestra adecuada significa lograr una versión simplificada de la población, que reproduzca de algún modo sus rangos básicos.

**Plan de Muestreo.-** Para evaluar y seleccionar la estrategia más adecuada con la cual, el proyecto pueda posesionarse en el mercado, se procederá a realizar una investigación para obtener la información necesaria acerca de las expectativas de los habitantes de la parroquia Julio Andrade, con respecto a la creación de un Circuito Turístico.

**Muestra.-** En todas las ocasiones en que no es posible o conveniente realizar un censo, lo que se podría hacer es trabajar con una muestra, entendiendo por tal una parte representativa de la población. La muestra es representativa y por lo tanto útil cuando refleja las similitudes y diferencias encontradas en la población y las características de la misma.

**Encuesta turística.-** El criterio de decisión más importante para que un turista elija un producto o servicio radica en que previamente a la elección se debería realizar un proceso de información donde las características de los productos sean suficientes para la elección de dicho producto frente a otros similares.

### **CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA**

La muestra se levantó en la parroquia de Julio Andrade, se la realizó sin distinción de género, sector u otros parámetros, la aplicación está dirigida a todos los habitantes de la parroquia que tengan la mayoría de edad. Para este análisis se tomó como universo de la población a los 13000 habitantes que tiene la parroquia aproximadamente.

Los parámetros que utilizaremos para el cálculo de esta muestra son:

**n:** Número de elementos de la muestra

**p:** La probabilidad de la población de éxito  $p= 0.5$  y la probabilidad de fracaso  $q= 0.5$ .

**N:** Número de elementos de la población

**Z:** Estadístico predeterminado en la tabla de la distribución normal con respecto al nivel de confianza

**e:** Error máximo admisible o error de diseño que no es más que la diferencia en valor absoluto entre la media muestral y la población.

PARÁMETROS DE LA MUESTRA	
Valor Z	1,96
Error	5%
Probabilidad de Éxito	0,5
Probabilidad de Fracaso	0,5

$p= 0.50$

$q= 0.50$

$Z= 1.96$

$N= 13000$

$e= 0.05$



$$n = \frac{p * q * Z^2 * N}{e^2 N - 1 + (p * q * Z^2)}$$

$$n = \frac{(0.50)(0.50)(1.96^2)(13000)}{0.05^2 13000 - 1 + 0.5 (0.5)(1.96^2)}$$

**n=373 encuestas.**

El número de encuestas necesarias para la investigación de mercado del proyecto es de 373 encuestas, tomando en cuenta que se consideró trabajar con la probabilidad de 0.50 de éxito, y 0.50 de fracaso para darle mayor validez, considerando que la distribución de los datos sigue una distribución Normal, y que se trabaja con un 5% de margen de error.

#### 2.10.2.2.1 Perfil del Turista.

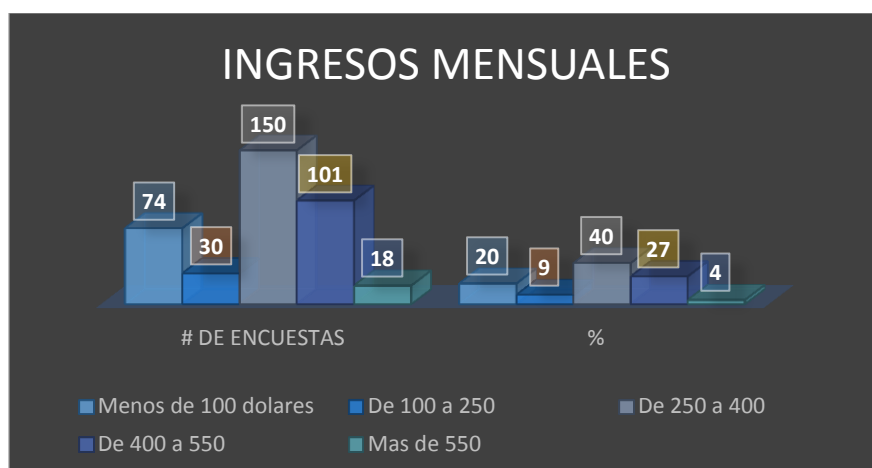
**CUADRO N° 12: PROMEDIO DE INGRESOS MENSUAL**

RANGO	# DE ENCUESTAS	%
Menos de 100 dólares	74	20
De 100 a 250	30	9
De 250 a 400	150	40
De 400 a 550	101	27
Más de 550	18	4
TOTAL	373	100

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 16. INGRESOS MENSUALES.**



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

Como resultado de la encuesta realizada a los habitantes de la población, podemos observar que el 40% corresponde al primer lugar, los ingresos se ubican en el rango de **250 a 400 dólares**, en segundo lugar se encuentra el rango de ingresos de 400 a 550 dólares con un 27%, en tercer lugar con un 20% se encuentra el rango concerniente a menos de 100 dólares teniendo en cuenta que la población tiene una economía de auto subsistencia, en cuarto lugar se encuentra el rango de 100 a 250 dólares con un 9% y finalmente con un 4% el rango de más de 550 dólares.

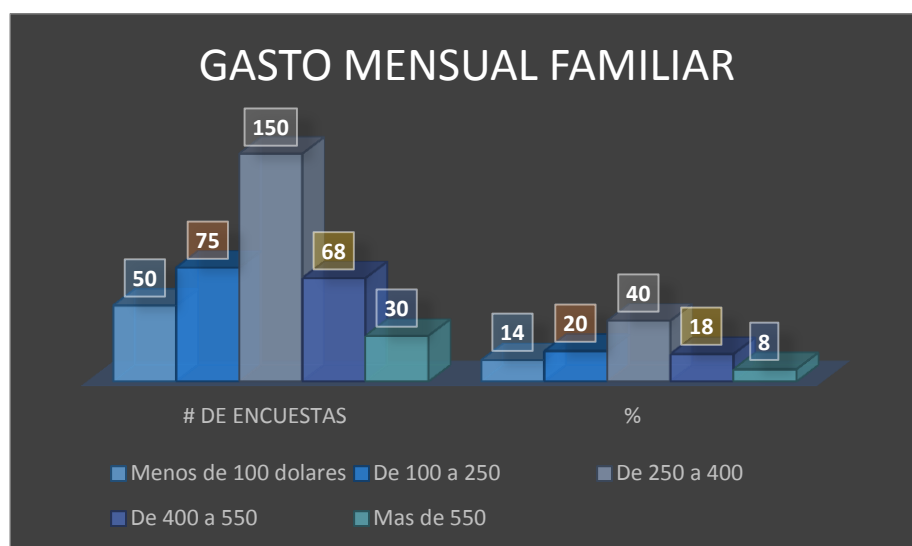
**CUADRO N° 13: GASTO MENSUAL FAMILIAR**

RANGO	# DE ENCUESTAS	%
Menos de 100 dólares	50	14
De 100 a 250	75	20
De 250 a 400	150	40
De 400 a 550	68	18
Más de 550	30	8
TOTAL	373	100

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 17. GASTO MENSUAL FAMILIAR**



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

En lo referente al gasto familiar mensual que tiene la parroquia, encontramos que con el 40% se encuentra ubicado en primer lugar el rango de **250 a 400 dólares**, en segundo lugar se encuentra con un 20% el rango de ingresos de 100 a 250 dólares, en tercer lugar con un 18% se encuentra el rango de 400 a 550, en cuarto lugar se ubica el rango de menos de 100 dólares representando un 14% y finalmente con un 8% el rango de más de 550 dólares.

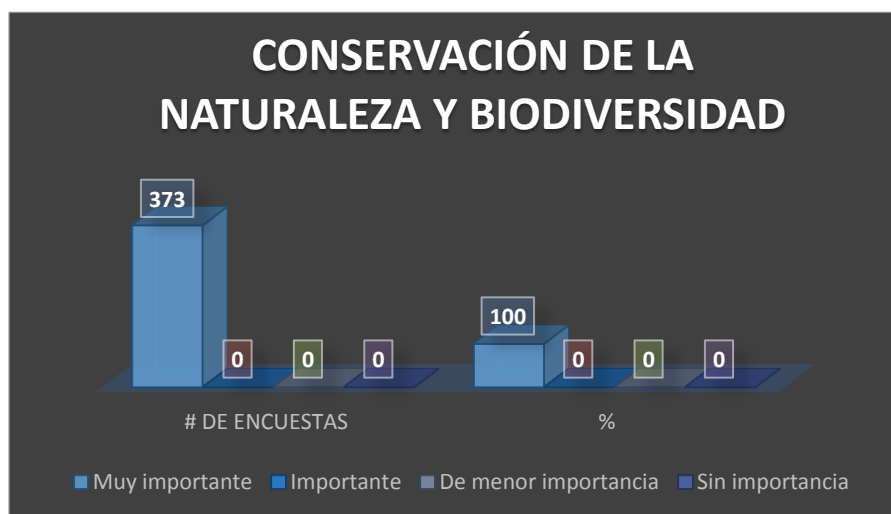
#### CUADRO N° 14: IMPORTANCIA DE LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA Y BIODIVERSIDAD

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Muy importante	373	100
Importante	0	0
De menor importancia	0	0
Sin importancia	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

#### Ilustración N° 18. CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA.



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

Según el levantamiento de las encuestas realizadas para nuestro estudio de mercado, tenemos como resultado de la pregunta referente a la importancia de conservar la naturaleza por parte de los habitantes, los encuestados respondieron en su totalidad que es **Muy Importante** la conservación de la naturaleza y biodiversidad en nuestro entorno.

#### 2.10.2.2.2 Preferencias

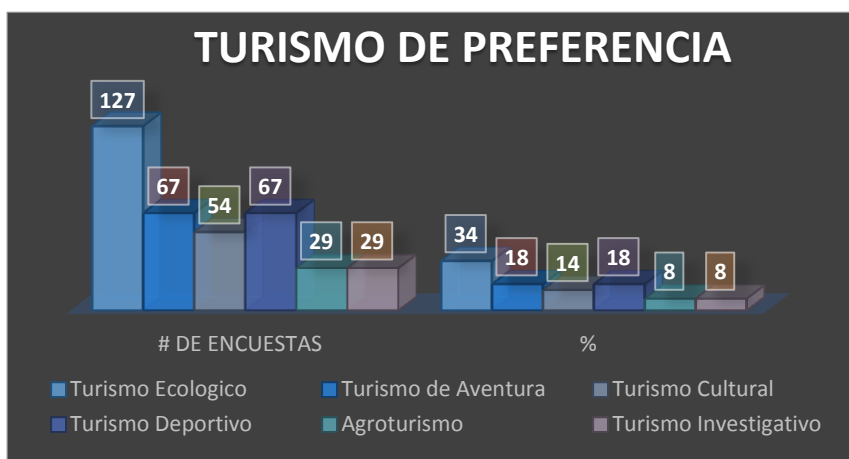
**CUADRO N° 15: TIPO DE TURISMO QUE PREFIEREN LOS TURISTAS**

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Turismo Ecológico	127	34
Turismo de Aventura	67	18
Turismo Cultural	54	14
Turismo Deportivo	67	18
Agroturismo	29	8
Turismo Investigativo	29	8
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 19. TURISMO DE PREFERENCIA.**



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

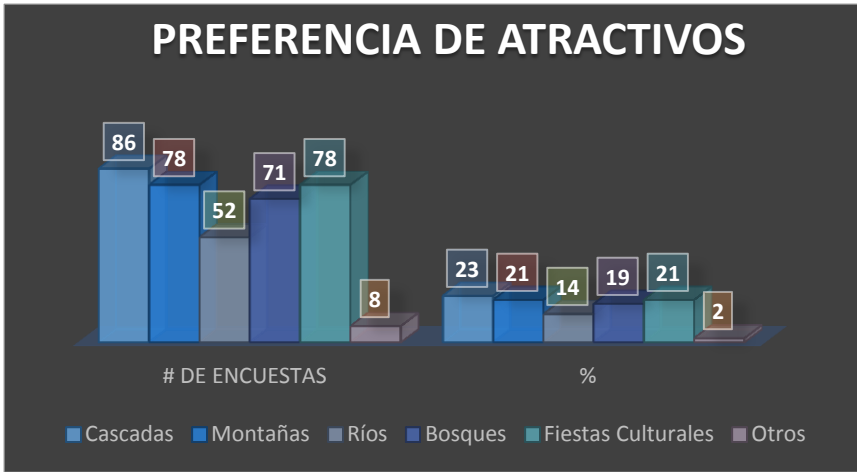
Los resultados que hemos obtenido en la encuesta realizada concernientes a la pregunta sobre el tipo de turismo que prefieren, nos entregó los siguientes resultados: el 34% prefieren hacer **Turismo Ecológico**, en segundo lugar con un 18% se encuentran tanto el turismo de aventura como el deportivo, luego están aquellas personas que prefieren el turismo cultural y finalmente con un 8% se encuentran tanto el turismo investigativo como el agroturismo.

CUADRO N° 16: ATRACTIVOS TURÍSTICOS QUE PREFIEREN LOS TURISTAS

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Cascadas	86	23
Montañas	78	21
Ríos	52	14
Bosques	71	19
Fiestas Culturales	78	21
Otros	8	2
TOTAL	373	100

Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

Ilustración N° 20. PREFERENCIA DE ATRACTIVOS.



Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

En la pregunta referente a la preferencia que tienen los turistas sobre los atractivos, podemos observar que con un 23% en primer lugar se ubica la preferencia por las **Cascadas**, en segundo lugar con un 21% las montañas y las fiestas culturales, mientras que en tercer lugar se encuentra con un 19% la preferencia por los bosques, luego se ubica en cuarto lugar la población que prefiere los ríos con un 14% y finalmente con un 2% la preferencia por otro tipo de atractivos.

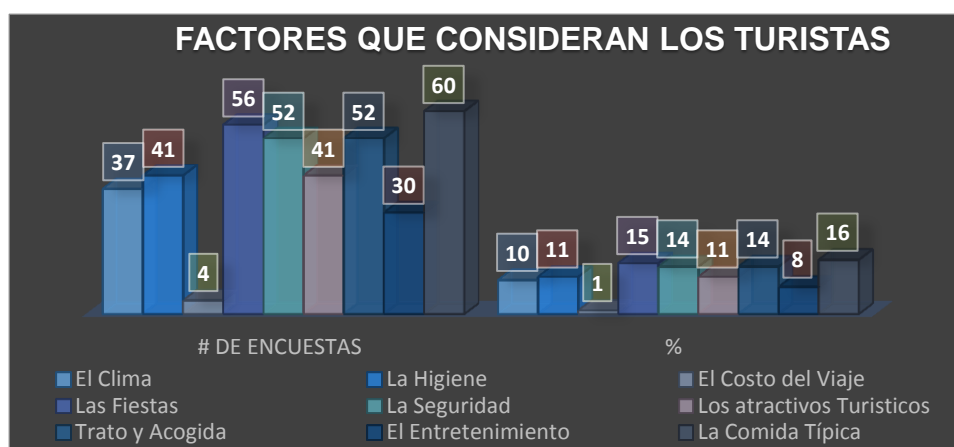
**CUADRO N° 17: FACTORES QUE CONSIDERAN LOS TURISTAS PARA SU VISITA.**

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
El Clima	37	10
La Higiene	41	11
El Costo del Viaje	4	1
Las Fiestas	56	15
La Seguridad	52	14
Los atractivos Turísticos	41	11
Trato y Acogida	52	14
El Entretenimiento	30	8
La Comida Típica	60	16
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 21.FACTORES QUE CONSIDERAN LOS TURISTAS.**



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

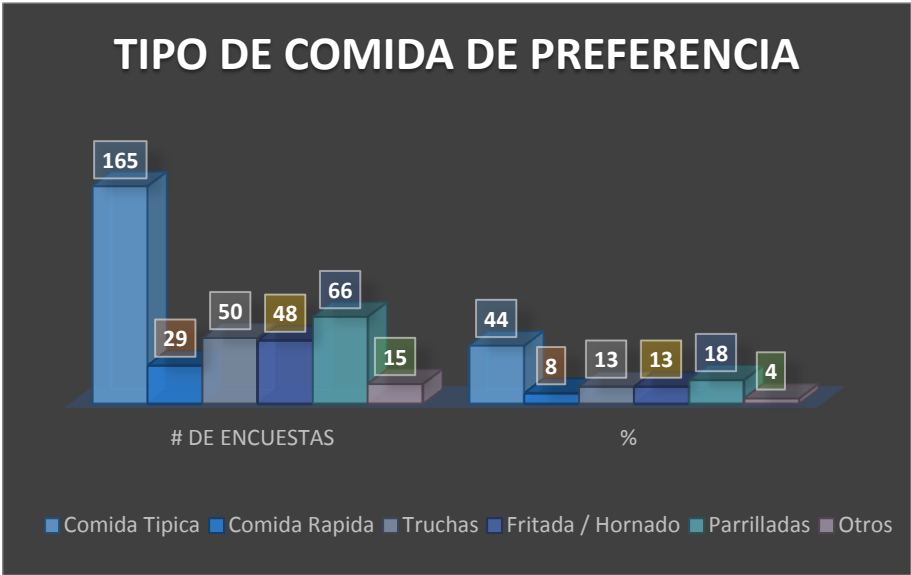
En la encuesta realizada entre los residentes dentro de la parroquia, podemos observar que con un 16% lo que más consideran son las **Comidas Típicas**, en un segundo lugar se encuentra con un 15% las fiestas, con un 14% se encuentran la seguridad, el trato y la acogida en tercer lugar, en un cuarto lugar se ubica la población que prefiere la higiene y los atractivos turísticos con un 11%, en un quinto lugar se ubica la población que tiene preferencia por el clima con un 10% ,en sexto lugar se encuentra con un 8% el entretenimiento y finalmente con un 1% el costo del viaje.

CUADRO N° 18: TIPO DE COMIDA QUE PREFIEREN LOS TURISTAS

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Comida Típica	165	44
Comida Rápida	29	8
Truchas	50	13
Fritada / Hornado	48	13
Parrilladas	66	18
Otros	15	4
TOTAL	373	100

Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

Ilustración N° 22. TIPO DE COMIDA DE PREFERENCIA.



Fuente: Encuestas.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

En la pregunta que se refiere al tipo de comida que prefieren los turistas, podemos observar que en primer lugar con un 44% se ubica la preferencia por las **Comidas Típicas**, en segundo lugar con un 18% la inclinación por las parrilladas ,mientras que en tercer lugar se encuentra con un 13% la preferencia por las truchas y con el mismo porcentaje las fritadas y hornado, luego se ubica en cuarto lugar la población que prefiere la comida rápida con un 8% y finalmente con un 4% la preferencia por otro tipo de comidas.



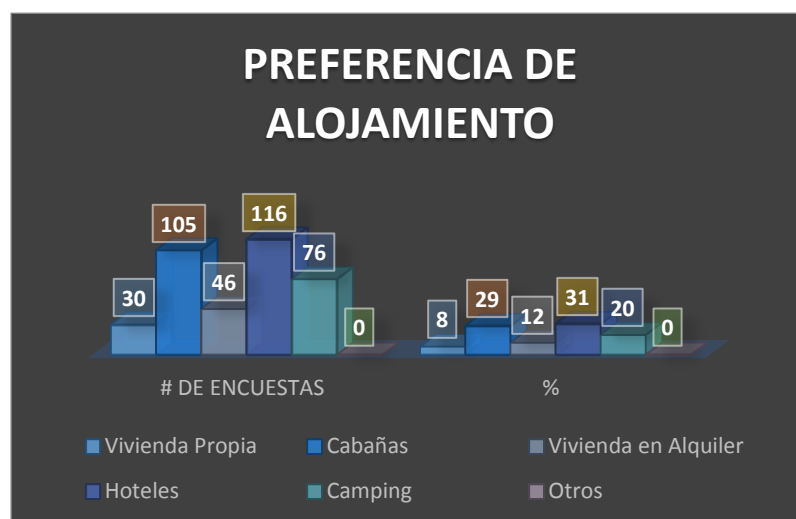
**CUADRO N° 19: TIPO DE ALOJAMIENTO QUE PREFIEREN LOS TURISTAS**

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Vivienda Propia	30	8
Cabañas	105	29
Vivienda en Alquiler	46	12
Hoteles	116	31
Camping	76	20
Otros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>373</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 23. PREFERENCIA DE ALOJAMIENTO.**



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

En lo referente a la preferencia en alojamiento por parte de los turistas, encontramos que con el 31% se encuentra ubicado en primer lugar la preferencia por los **Hoteles**, en segundo lugar se encuentra con un 29% las cabañas, en tercer lugar con un 20% se encuentra el camping, seguido con un 12% la preferencia por una vivienda en alquiler y finalmente con un 8% la preferencia por la vivienda propia.

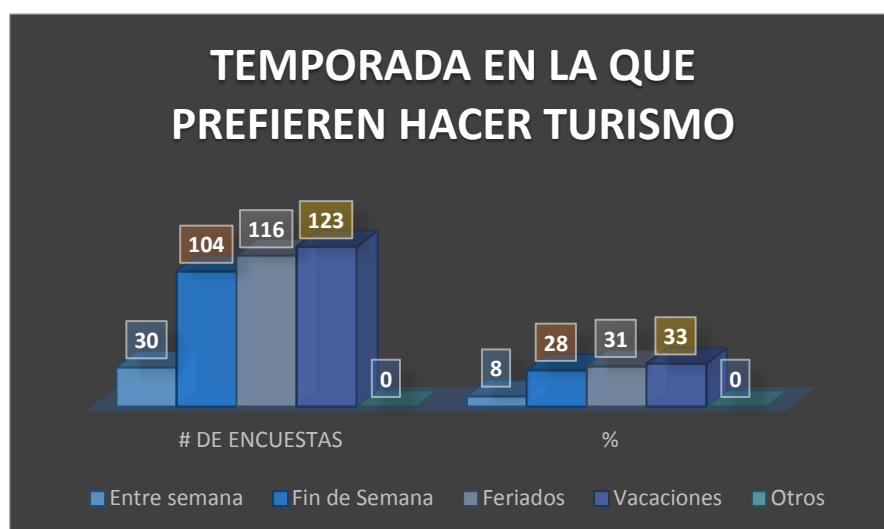
**CUADRO N° 20: TEMPORADA EN LA CUAL PREFIEREN HACER TURISMO**

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Entre semana	30	8
Fin de Semana	104	28
Feridos	116	31
Vacaciones	123	33
Otros	0	0
TOTAL	373	100

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 24. TEMPORADA EN LA QUE PREFIEREN HACER TURISMO.**



En la encuesta realizada entre los residentes de la parroquia, podemos observar que los encuestados respondieron de la siguiente manera: en primer lugar con un 33% prefieren realizar **Turismo en las Vacaciones**, en segundo lugar se encuentran las personas que prefieren el turismo en feriados con un 31%; luego se ubica el grupo poblacional que hacen turismo en los fines de semana representando un 28% y finalmente las personas que viajan entre semana constituyendo el 8% de los encuestados.

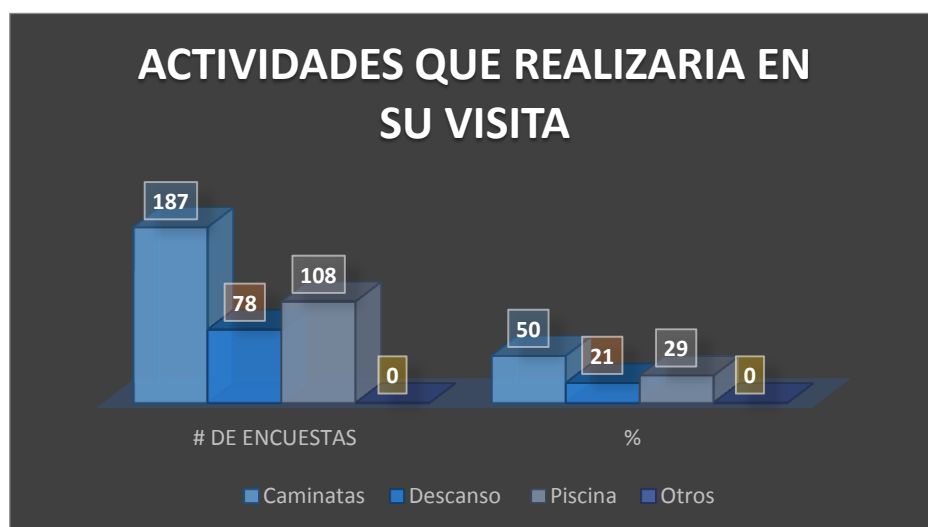
**CUADRO N° 21: ACTIVIDADES QUE PREFERIRÍAN REALIZAR EN SU VISITA**

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Caminatas	187	50
Descanso	78	21
Piscina	108	29
Otros	0	0
TOTAL	373	100

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**Ilustración N° 25. ACTIVIDADES QUE REALIZARÍA EN SU VISITA.**



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

Los resultados obtenidos en la encuesta realizada respecto a la pregunta sobre el tipo de actividades que realizarían en la visita hacia algún atractivo turístico, entregó los siguientes resultados: el 50% prefiere las **Caminatas**, en segundo lugar y con un 29% se encuentra la preferencia por las piscinas, y finalmente con un 21% se elige el descanso.

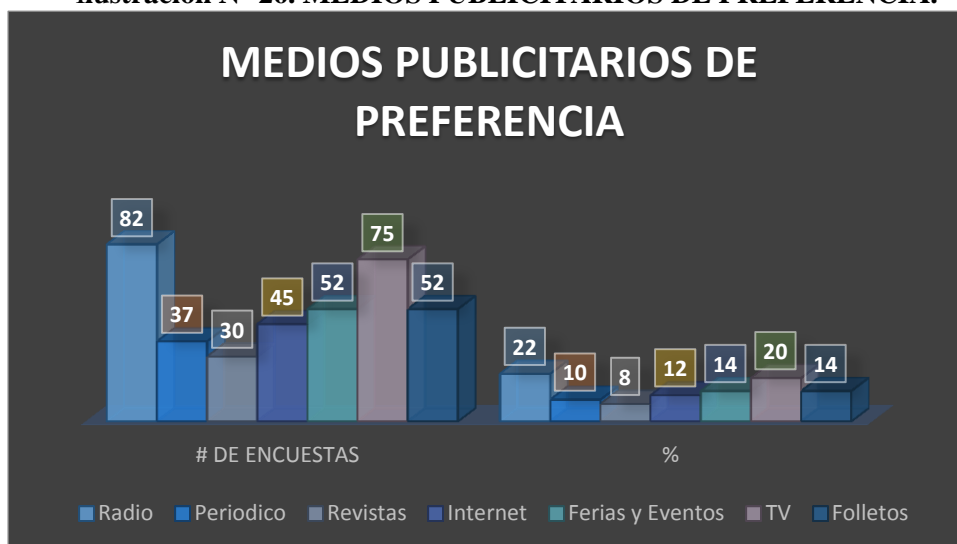
## CUADRO N° 22: MEDIOS PUBLICITARIOS DE PREFERENCIA PARA PROMOCIONAR LOS SITIOS TURÍSTICOS

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Radio	82	22
Periódico	37	10
Revistas	30	8
Internet	45	12
Ferias y Eventos	52	14
TV	75	20
Folletos	52	14
TOTAL	373	100

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

### Ilustración N° 26. MEDIOS PUBLICITARIOS DE PREFERENCIA.



**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

En la pregunta que se refiere al tipo de medios publicitarios que prefieren los encuestados para promocionar los sitios turísticos, encontramos que el 22% preferirían informarse a través de la **Radio**, mientras que en segundo lugar y con un 20% optarían informarse a través de la TV ; en un tercer lugar y con 14% se encuentran los que desearían informarse en base a la reproducción de folletos, organización de ferias y eventos; con un 12% se encuentra el internet en cuarto lugar, continuado en un quinto lugar por los periódicos y finalmente con un 8% a través de revistas.

### 2.10.2.2.3 CONOCIMIENTO Y PARTICIPACIÓN DE LA COMUNIDAD.

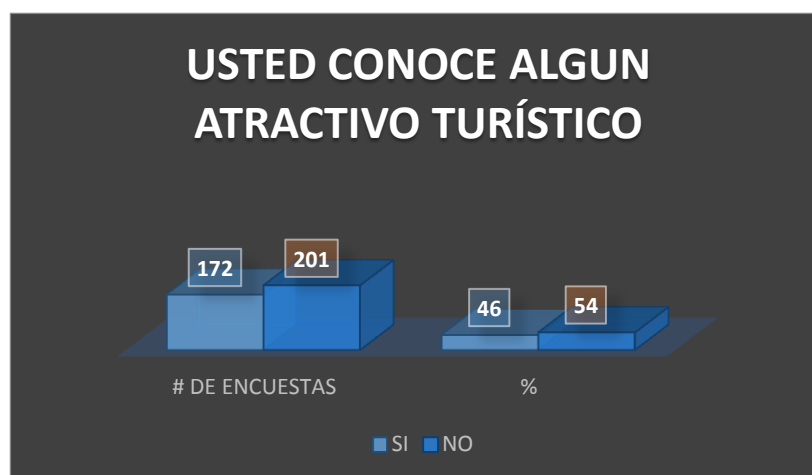
#### CUADRO N° 23: CONOCIMIENTO DE ALGUN ATRACTIVO QUE SE PODRÍA EXPLOTAR DENTRO DE LA PARROQUIA

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
SI	172	46
NO	201	54
TOTAL	373	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

#### Ilustración N° 27. USTED CONOCE ALGUN ATRACTIVO TURÍSTICO.



Fuente: Encuestas.

Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

Del total de los encuestados en la parroquia, encontramos que con un 54% se ubican las personas que **SI CONOCEN** algún atractivo turístico que se podría explotar dentro de la parroquia, mientras que un 46% desconoce de la existencia de atractivos turísticos que podrían ser explotados y comercializados.

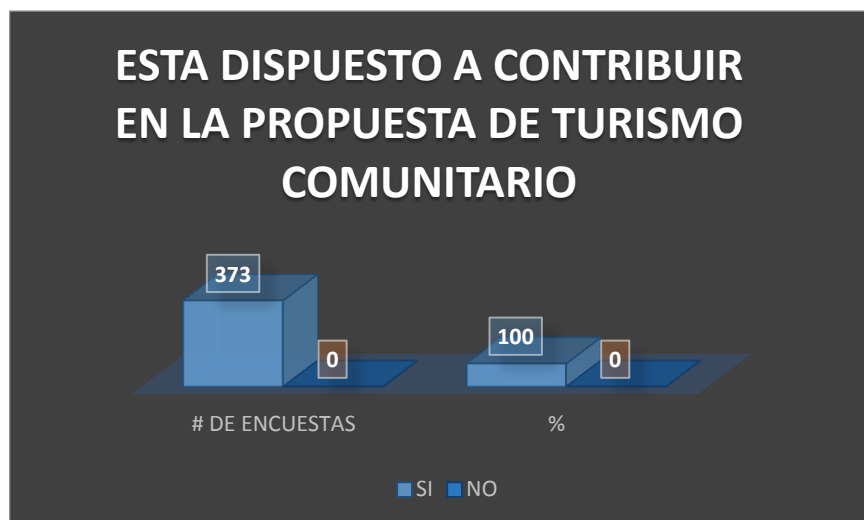
#### CUADRO N° 24: CONTRIBUCIÓN CON LA PROPUESTA DE IMPLEMENTAR TURISMO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
SI	373	100
NO	0	0
TOTAL	373	100

Fuente: Encuestas.

Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

#### Ilustración N° 28. ESTARÍA DISPUESTO A CONTRIBUIR CON EL TURISMO.



Fuente: Encuestas.

Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

Según el levantamiento de las encuestas realizadas para nuestro estudio, tenemos como resultado en cuanto a la pregunta que se refiere a si estarían dispuestos a contribuir con la propuesta de crear turismo comunitario en la parroquia, los encuestados respondieron en su totalidad con un 100% que **SI ESTARÍAN DISPUESTOS** a crear un proyecto turístico.

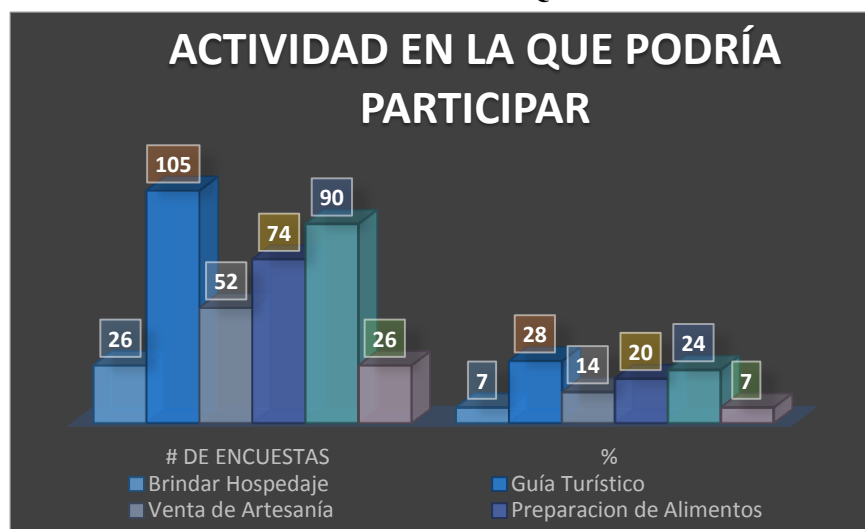
## CUADRO N° 25: ACTIVIDADES EN LAS CUALES LA COMUNIDAD PODRÍA PARTICIPAR

CATEGORÍA	# DE ENCUESTAS	%
Brindar Hospedaje	26	7
Guía Turístico	105	28
Venta de Artesanía	52	14
Preparación de Alimentos	74	20
Venta de Productos	90	24
Otros	26	7
TOTAL	373	1

**Fuente:** Encuestas.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

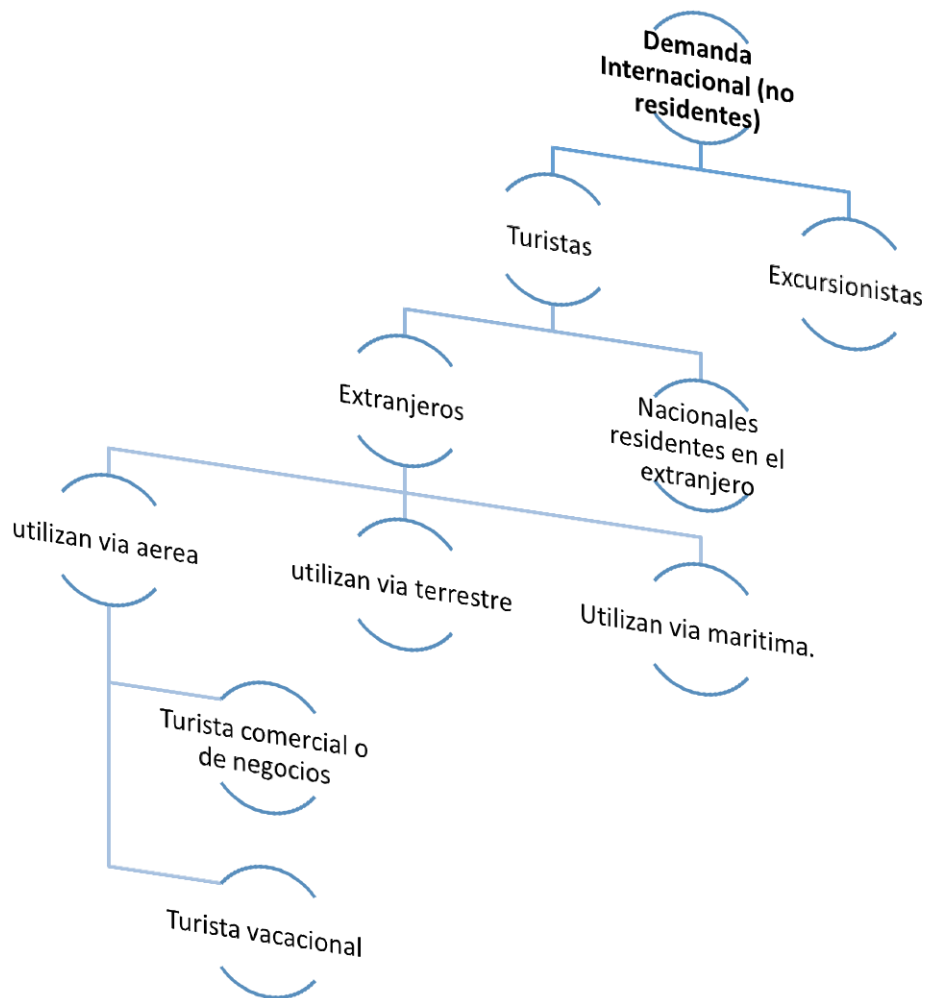
### Ilustración N° 29. ACTIVIDAD EN LA QUE PODRÍA PARTICIPAR.



En la pregunta referente a la actividad en la cual podría participar la comunidad para contribuir con la creación de turismo en la parroquia, encontramos en primer lugar representando un 28% a la población que participaría como **Guía Turística**, en un segundo lugar con un 24% en la venta de productos, con un 20% en tercer lugar se ubica la preparación de alimentos, en cuarto lugar con un 14% se ubica la venta de artesanías, y finalmente con un 7% las opciones de brindar hospedaje y participación en otras actividades.

### 2.10.2.3 DEMANDA EXTERNA (TURISTAS).

**TURISMO RECEPTOR.-** Es aquel turismo que se produce en un país cuando llegan los visitantes que residen en otras naciones con la intención de permanecer un tiempo determinado en el mismo. El autor Venecio Bote limita a la demanda turística extranjera de la siguiente manera:





**Turismo Comercial o de Negocios.-** Generalmente es aquel que utiliza la vía aérea; este es un viaje que lo hacen por circunstancias laborales; su motivación principal no es recreativa; limita su vida a la capital y núcleos urbanos; viajan solos, no en compañía de su familia; se alojan en un hotel de primera categoría; tienen una estadía variable que depende de los países receptores y el gasto por día es generalmente bastante elevado.

**Turista Receptivo.-** Es en el cual generalmente van acompañado de algún miembro de su familia; utilizan de preferencia la vía aérea; visitan los principales lugares del país; este si forma parte de un paquete turístico organizado; su principal motivación es vacacional; utilizan alojamiento de menor calidad y su gasto por día varía de medio hacia medio alto.

**Turista.-** El denominado turista es aquel que utiliza la vía terrestre; su característica principal es que viajan acompañados de varios miembros de su familia; su única motivación es la vacacional; utilizan automóvil y alojamiento; en este grupo predominan los que residen en países fronterizos.

**Los Excursionistas.-** generalmente su motivación es ir de compras; permanecen en el país un tiempo menor a 24 horas; proceden generalmente de los países vecinos; utilizan el automóvil como medio de transporte y limitan sus visitas a los núcleos fronterizos.

**Los turistas nacionales residentes en el extranjero.-** su motivación fundamental es la visita a familiares y amigos; no forman parte de un viaje organizado; viajan acompañados por miembros de su familia; utilizan como alojamiento la casa de sus familiares o amigos; presentan una estadía alta y un gasto por día por persona bajo.



## **CAPITULO III**

# **PROPUESTA PARA MEJORAR LOS ATRATIVOS TURÍSTICOS**

### **3.1. OBJETIVOS.**

#### **3.1.1. Objetivo General.**

- Impulsar y fomentar el turismo en la parroquia Julio Andrade mediante el aprovechamiento de los paisajes naturales y a su vez dinamizar las economías locales, facilitando el acceso a la actividad turística.

#### **3.1.2. Objetivos Específicos.**

- Fomentar la protección y preservación de los atractivos naturales mediante la participación de los sectores público, social y privado y colaborar en el desarrollo económico de la zona.
- Promover y coordinar obras de infraestructura para desarrollar los servicios turísticos.
- Elaborar y coordinar la planeación, desarrollo, comercialización y mantenimiento de nuevos productos y servicios turísticos en la parroquia.

### **3.2. Componentes.**

“Los Componentes son estudios, obras, servicios y capacitación específicos, que requiere la gerencia del proyecto. Cada uno de los componentes del proyecto es necesario para lograr el propósito y es razonable suponer que si los componentes se producen adecuadamente se logrará el propósito”.

- Realizar proyectos turísticos que implique la participación más amplia de toda la comunidad para garantizar ingresos y mejorar la calidad de vida de los pobladores.
- Promocionar los diferentes atractivos turísticos que posee la parroquia, mediante la participación y apoyo de las entidades afines a esta actividad.
- Crear la oferta turística de la parroquia Julio Andrade así como incrementar los productos y servicios turísticos en el Cantón y la Provincia.

### **3.3. Metas.**

- Crear y difundir el potencial turístico existente en la parroquia, lo que contribuirá al desarrollo de sus habitantes, mediante un trabajo coordinado con las autoridades de la parroquia, en el periodo 2013-2017.
- Entre las metas planteadas, es que por lo menos el 70% de los habitantes de la parroquia estén inmersos en el desarrollo de la propuesta del turismo comunitario (2013-2017).

- Ofrecer productos y servicios turísticos comunitarios en el periodo 2013-2017, que permitan disfrutar del entorno natural y de recreación, conservación ambiental e intercambio cultural, con la participación activa de las comunidades de la parroquia.

### 3.4. Indicadores.

Los indicadores son la especificación cuantitativa y cualitativa para medir el logro de un objetivo. Dicha especificación ha sido aceptada colectivamente por los involucrados en el proyecto como adecuada, para lograr el objetivo correspondiente del proyecto se propone:

- Formar un Consejo Turístico que coordine con la Junta Parroquial, el desarrollo de cada una de las rutas turísticas.
- Lograr que el 50% de la población provincial visite el circuito turístico, bajo el perfil de turismo comunitario y ambiental responsable.
- Incrementar los atractivos turísticos del proyecto de Circuito Turístico en el primer año de funcionamiento.

### 3.5. Actividades.

La propuesta está integrada por proyectos que definen un conjunto de actividades necesarias para el cumplimiento de los Objetivos propuestos.

Cabe resaltar que no se está proponiendo acciones codiciosas, ni de escala mayor, ya que el principio superior del trabajo realizado ha sido: Tratar de ajustar las intervenciones, en función de las reales posibilidades de ejecución, consensuadas entre los actores sociales participantes en este proceso de estudio.

3.5.1. Para el cumplimiento del primer componente propuesto se realizarán las siguientes actividades:

- *Construcción de una Hostería Turística que tendrá la capacidad de alojar aproximadamente a 40 personas, la cual contará con cabañas tipo suite, bar-restaurant, área de esparcimiento, áreas verdes y parqueadero; en la Comunidad de San Francisco del Troje. Esta hostería estará diseñada para brindar confort con un estilo diferente y acogedor, será el sitio ideal para estar en contacto con la naturaleza, oxigenarse al aire libre, percibir la fragancia de las flores, además de contar con un ambiente recreativo, agradable y tranquilo*

- *Construcción de un Complejo Turístico en la Comunidad de Cucacho, que contará con: una piscina, área de deportes, área de masajes, áreas verdes y parqueadero. Esto con el objetivo de brindar un servicio de calidad a cada turista, donde además de respirar aire puro podrá disfrutar increíbles momentos en varios sitios de recreación familiar.*
- *Construcción de un Vivero Ecológico en la Comunidad de Loma Chiquita del Niño Jesús, para que los turistas puedan disfrutar de la variedad de flora autóctona existente en la comunidad.*
- *Construcción de una Tarabita con sus respectivos implementos de funcionamiento en la Comunidad del Moral, para que cada uno de los turistas pueda disfrutar y admirar el mágico paisaje que rodea a esta parroquia, así como disfrutar de la aventura que puede ofrecerles este lugar.*
- *Construcción de Miradores para el Circuito Turístico, que permitan observar los paisajes impresionantes y belleza natural de la zona y al mismo tiempo que los turistas puedan hacer un descanso en el camino.*
- *Adecuación de Senderos Ecológicos, que permitan al turista disfrutar de bellas caminatas admirando la naturaleza existente en esta zona.*
- *Creación de un mobiliario turístico y señalización de los atractivos, con la finalidad de brindarles una gran atención a los turistas.*

3.5.2. Para el cumplimiento del segundo componente propuesto se realizarán las siguientes actividades:

- *Adecuación de un centro de información turística en la Junta Parroquial, y capacitación del personal que guiará a los turistas; para proporcionar la información adecuada, y promocionar todos los paisajes encantadores de esta parroquia.*
- *Elaboración de trípticos, hojas volantes y otros medios informativos que destaquen los diferentes atractivos existentes, mismos que serán distribuidos en los cantones y provincias del país, así como la creación de una página web de información turística.*

3.5.3. Para el cumplimiento del tercer componente propuesto se realizarán las siguientes actividades:

- *Formar un plan en conjunto con los pobladores de la parroquia para brindar el servicio de transporte hacia los diferentes atractivos naturales; además brindarles la respectiva capacitación para que cada poblador se convierta en guía turístico de la parroquia.*
- *Realizar campañas de concientización para los habitantes del sector en valor social, económico y ambiental; para crear un medio ambiente atractivo para los turistas. Que se sientan seguros, bien tratados y entre amigos.*



### 3.6. Responsables.

Los responsables son el conjunto de entidades y grupos de actores implicados directamente en el seguimiento y ejecución del circuito turístico, en nuestro proyecto los delegados serían:

**CUADRO N° 26: RESPONSABLES.**

ACTIVIDADES	RESPONSABLES
Construcción de Cabañas y Bares de Alimentación.	Junta Parroquial y Comunidades.
Construcción de Vivero.	Junta Parroquial y Comunidades.
Construcción de Piscina y Vestidores.	Junta Parroquial y Comunidades.
Construcción de Tarabita.	Junta Parroquial y Municipio del Cantón Tulcán y Comunidades.
Construcción de Miradores.	Junta Parroquial y Comunidades.
Adecuación del Centro de Información.	Junta Parroquial y Comunidades.
Elaboración de Trípticos, Hojas Volantes, medios de promoción.	Junta Parroquial y Comunidades.
Creación de una página web.	Junta Parroquial y Comunidades.
Plan de servicio de transporte.	Junta Parroquial y Comunidades.
Campaña de concientización.	Junta Parroquial y Comunidades.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

### 3.7. Tiempo.

En el cuadro que se presenta a continuación se establece el tiempo en el que deberían ser ejecutados los proyectos.

ACTIVIDADES	AÑO 1						AÑO 2						AÑO 3						AÑO 4						AÑO 5					
	ENE	MAR	MAY	JUL	SEP	NOV	ENE	MAR	MAY	JUL	SEP	NOV	ENE	MAR	MAY	JUL	SEP	NOV	ENE	MAR	MAY	JUL	SEP	NOV	ENE	MAR	MAY	JUL	SEP	NOV
	FEB	ABR	JUN	AGO	OCT	DIC	FEB	ABR	JUN	AGO	OCT	DIC	FEB	ABR	JUN	AGO	OCT	DIC	FEB	ABR	JUN	AGO	OCT	DIC	FEB	ABR	JUN	AGO	OCT	DIC
Construcción de Cabañas y Bares de Alimentación.																														
Construcción de Vivero.																														
Construcción de Piscina y Vestidores.																														
Construcción de Tarabita.																														
Construcción de Miradores.																														
Adecuación del Centro de Información.																														
Elaboración de Trípticos, Hojas Volantes, medios de promoción.																														
Creación de una página web.																														
Plan de servicio de transporte.																														
Campaña de concientización.																														
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.																														



### **3.8. Medios de Verificación.**

Los Medios de verificación identificados son los necesarios y suficientes para obtener los datos requeridos para el cálculos de los indicadores.

- Las 22 Comunidades de la parroquia se han unido para conformar el Circuito Turístico.
- Se iniciará con una demanda aproximada de 15.000 personas que visitarán, el nuevo Circuito Turístico implementado en la Parroquia.
- Se han creado 2 senderos turísticos del circuito y 3 lugares de recreación, además el bar - restaurante.

### **3.9. PERFIL DE LOS PROYECTOS**

El turismo en el Ecuador es una actividad que no ha sido explotada en su totalidad, por lo cual hemos elaborado un plan estratégico para la ruta turística de la parroquia Julio Andrade. Con el fin de dinamizar el turismo en el área y por ende su economía.

Los perfiles de este proyecto están enmarcados en ofrecer bienestar a los turistas y visitantes mediante la puesta en marcha de varios proyectos relacionados a la creación de turismo con el fin desarrollar nuevas actividades para distracción y brindar un servicio de calidad al turista que la visita, ya que cuenta con una gran biodiversidad y atractivos naturales.

#### **3.9.1 PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DE UNA HOSTERÍA TURÍSTICA.**

La hostería estará ubicada en la parroquia Julio Andrade en la comunidad de San Francisco del Troje, en la hostería se vivirá la tradición de la gente de esta parroquia al escuchar la música en vivo de este pueblo mientras se disfruta de la comida típica.

Esta hostería dispondrá de cabañas tipo suite, bar-restaurante, salón de juegos, gimnasio, áreas verdes, juegos para niños y parqueaderos. Todos estos servicios servirán para que el turista que desee pasar un día de descanso pueda estar en donde se unen lo natural con lo artificial, para brindarles un mayor relajamiento y una gran diversión junto a los familiares y amigos.

La construcción de esta hostería se la realizará con materiales de primera calidad; los pisos estarán elaborados de manera mixta entre mármol y cerámica extranjera; la estructura se la realizará con acero estructural; las puertas y closets estarán elaborados con madera panelada y lacada; las ventanas serán con aluminio y vidrio claro y la grifería estará provista también para agua caliente.

De igual manera los muebles y enseres de la hostería serán de la mejor calidad, brindándoles de esta manera a los turistas una gran atención.

A continuación detallaremos las cosas con las cuales contará esta hostería.

### **3.9.1.1 CONSTRUCCIÓN DE CABAÑAS TIPO SUITE**

Para satisfacer las necesidades de los turistas se han diseñado dos tipos distintos de suites. La hostería estará conformada por 5 Suites con un dormitorio y 5 suites familiares con dos dormitorios.

#### **❖ CABAÑAS TIPO SUITE CON UN DORMITORIO**

Estas cabañas tendrán 30 m<sup>2</sup>, dispondrán de una habitación totalmente independiente en la cual se puede disfrutar de la calidez, comodidad y privacidad que le ofrecen. Esta habitación estará equipada de una cama matrimonial con sus implementos, dos nocheros con sus respectivas lámparas, un sofá, tv cable, teléfono, wifi, baño privado y un balcón con hamaca donde podrá estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de los bellos amaneceres y atardeceres del lugar. Convirtiéndose esta suite en un lugar ideal para parejas.

#### **Ilustración N° 30. CABAÑA TIPO SUITE CON UN DORMITORIO.**



#### **❖ CABAÑA TIPO SUITE FAMILIAR**

Cada cabaña será de 36 m<sup>2</sup>, dispondrá de dos habitaciones independientes con una capacidad de hasta 4 personas, todas las habitaciones tienen una cama matrimonial y una litera con todos sus implementos, dos nocheros con sus respectivas lámparas, un sofá, además está decorada cálidamente para ofrecerle un ambiente cómodo y familiar. Las habitaciones tendrán su baño privado, de igual manera cuentan con un balcón, con silla mecedora para momentos de esparcimiento y relajación, cuenta además con tv con cable, teléfono y wifi.

**Ilustración N° 31. CABAÑA TIPO SUITE FAMILIAR.**



### **3.9.1.2 CONSTRUCCIÓN DE BAR - RESTAURANTE.**

El Bar - Restaurante medirá aproximadamente 120 m<sup>2</sup>, creado con la finalidad de que las personas que se encuentren visitando esta parroquia puedan acercarse a degustar una amplia gama de menús, sin olvidar los platos típicos de la área, que se convertirán en un privilegio para el paladar de los clientes con las más altas normas de higiene que amerita la situación. Además brindará una selección exquisita de vinos. Esta construcción estará compuesta de un área para el restaurante, la cocina, área para el bar y el área de los baños. A continuación se detallará estas áreas:

#### **❖ ÁREA DEL RESTAURANTE**

Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y, contar con políticas internas y externas para su manejo. En esta área se ubicaran, 10 mesa y 40 sillas elaboradas con madera de la mejor calidad; dispondrá también de tv con cable, wifi, teléfono inalámbrico para el servicio al cliente; el mobiliario y decoración serán de primera calidad.

Cabe mencionar que se creará un área pequeña de fogones diseñados para que los turistas que deseen puedan preparar sus propios alimentos, con asesoría del chef.

**Ilustración N° 32. ÁREA DEL RESTAURANTE.**



### **❖ ÁREA PARA LA COCINA**

La cocina es el área industrial de un restaurante, o sea, el área de producción, donde se elaboran los alimentos que serán servidos en el comedor. Esta área contará con 30 mts<sup>2</sup> que estará dividida en la cocina caliente que cuenta con estufas, los diferentes tipos de parrillas, freidores, baños de maría, mesas de trabajo, etc. Y la cocina fría y despensa en la cual están las cámaras frías para conservar vegetales, carnes y pescados. Además contará con una gran cantidad y diversidad de loza, cristalería y cubiertos. Así como de mesas de trabajo y equipos mecánicos para cortar y triturar. Contará también con un lavaplatos con agua caliente.

**Ilustración N° 33. ÁREA DE COCINA.**



### **❖ ÁREA DEL BAR.**

Esta área contará con una barra de bar, 12 taburetes, una gran variedad de licores que tiene obligatoriamente que ser de la más alta calidad, y todos los implementos necesarios para el bar como son: coctelera, dosificadores de licor, colador de 4 puntas, colador en acero inoxidable, vaso para bar, organizador de condimentos, pinzas, cuchillo multiusos, cuchara larga mezcladora, licuadora, frapeadora, copas, jarras, boquillas dosificadoras, tablas de corte, hielera y exprimidor de limones.

**Ilustración N° 34. ÁREA DE BAR.**



#### ❖ ÁREA DE BAÑOS.

Aunque una persona pasa muy poco tiempo en esta área, este período puede afectar completamente la percepción del espacio. Además de transmitir limpieza, comodidad y privacidad, esta área de servicios sanitarios contará con instalaciones independientes para damas y caballeros con todos sus implementos necesarios.

**Ilustración N° 35. ÁREA DE BAÑOS.**



#### 3.9.1.3 CONSTRUCCIÓN DE UN ÁREA DE ESPARCIMIENTO.

Este proyecto tiene por objeto ofrecer tanto para los habitantes del sector como para los turistas nacionales y extranjeros, la posibilidad de recrearse, disfrutar y liberarse de las tensiones de la vida cotidiana, además del stress de la ciudad. Para ello se creará un área de esparcimiento para niños, un salón de juegos para adultos y un área para gimnasio.

#### ❖ ÁREA INFANTIL.

Para sus visitantes más mimados se diseñará un espacio muy interesante, el cual contará con: columpios, resbaladeras, caballitos mecedores, juegos inflables, etc.

**Ilustración N° 36. ÁREA INFANTIL.**





#### ❖ **ÁREA DE JUEGOS RECREATIVOS PARA ADULTOS.**

Para nuestros turistas adultos se creará un salón de juegos, que contendrá: una mesa de billar, una de pimpón, futbolines, ajedrez, mesas para jugar cartas, una sala de estar con películas con pantalla gigante y karaoke. Para que el turista tenga una estadía placentera

**Ilustración N° 37. ÁREA RECREATIVA PARA ADULTOS.**



#### ❖ **ÁREA DE GIMNASIO.**

Esta área será de 60 m<sup>2</sup>, estará adecuada para la recreación, relajación y mantenimiento de la actividad física regular de los turistas, para ello estarán disponibles los instrumentos más modernos como mancuernas, barras, pesas, silla para abdominales, caminadora, bicicletas fijas, báscula, etc. Además contará con la presencia de un instructor capacitado para brindar un gran asesoramiento a los turistas.

**Ilustración N° 38. ÁREA DE GIMNASIO.**



#### **3.9.1.4 ÁREAS VERDES.**

Esta área tendrá 1500 m<sup>2</sup>, contará con campos de césped y una variedad de flores y especies nativas del sector complementando su naturaleza; dispondrá de jardines y también incluirá un espacio destinado para picnic.

**Ilustración N° 39. ÁREAS VERDES.**



#### **3.9.1.5 ÁREA DE PARQUEADERO.**

Se contará con un espacio completamente privado para estacionamiento de automóviles de nuestros visitantes, tendrá un área de 800 m<sup>2</sup>, dispondrá de vigilancia permanente, con la finalidad de dar la mayor seguridad posible y tranquilidad necesaria para las personas visitarán el lugar.

**Ilustración N° 40. ÁREA DE PARQUEADERO**



#### **3.9.2 PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DE UN COMPLEJO TURÍSTICO.**

El complejo estará ubicado en la parroquia Julio Andrade en la comunidad de Cucacho, dispondrá de un área para la piscina, área de deportes, áreas verdes, salas de masajes y parqueaderos. La construcción de este complejo se lo realizará con materiales de primera calidad, para brindarles a los turistas la mejor atención.

A continuación detallaremos los implementos con las cuales contará este complejo:

### 3.9.2.1. ÁREA DE PISCINA.

Tendrá una infraestructura de muy buena calidad, el acabado en el interior se revestirá de materiales lisos, antideslizantes, impermeables y resistentes a agentes químicos, tendrá una profundidad adecuada de 1.20 mts aproximadamente, contará con: escaleras, tres calentadores solares y tres calefones dependiendo del clima existente en la parroquia con la finalidad de dotar de agua caliente para disfrute de los turistas ,además de la creación del área de vestidores con sus implementos correspondientes, sillas playeras, y un área de baños y duchas.

**Ilustración N° 41. ÁREA DE PISCINA.**



### ❖ VESTIDORES

Para complementar el área se contará con vestidores elaborados con materiales de primera que podrán dar una gran comodidad a los turistas, resistentes y seguras, con bancos y perchas para facilitar cambiarse de ropa muy fáciles de limpiar y muy resistentes a los productos químicos de desinfección.

**Ilustración N° 42. VESTIDORES.**





#### ❖ **ÁREA DE BAÑOS.**

Como ya lo habíamos mencionado esta zona debe transmitir limpieza, comodidad y privacidad, para ello se contará con servicios sanitarios, con instalaciones independientes para damas y caballeros con todos sus implementos necesarios, además de duchas.

**Ilustración N° 43. BAÑOS PARA LA HOSTERÍA.**



#### **3.9.2.2. ÁREA DE DEPORTES.**

Esta zona estará dedicada no solamente al deporte sino también a la diversión integral, en la cual se brindar grandes experiencias y momentos de sano esparcimiento, ésta contarán con canchas de futbol, vóley, básquet y tenis.

**Ilustración N° 44. ÁREA DE DEPORTES.**



#### **3.9.2.3. ÁREA DE RELAJACIÓN.**

Esta zona será creada para brindarle al turista una estancia agradable, acogedora y de completo relax. Además será el sinónimo de agua, vida, salud, belleza y bienestar, siendo esta la solución perfecta para verse y sentirse bien, rejuvenecer su cuerpo y su espíritu. Esta contará con: un área de masajes, sauna, turco e hidromasajes.

- ❖ **Masajes.-** El masaje es tanto un arte como una ciencia, sus beneficios han llegado hasta nuestros días evolucionando desde las técnicas más simples para proporcionar relajación y favorecer el sueño, hasta el desarrollo específico de algunas más complejas para aliviar o eliminar dolencias concretas del cuerpo o el organismo, aquí se realizarán los siguientes tipos de masajes: con sábila, con fango, local, general, podal, facial, tratamiento capilar, masaje con esencias y anti celulítico.

**Ilustración N° 45. ÁREA DE MASAJES.**



- ❖ **Sauna.-** El complejo contará con instalaciones de sauna que consiste en un baño de calor seco dentro de un cuarto donde sus paredes y asientos son totalmente de madera de pino. El vapor golpea sobre el cuerpo y se produce una intensa transpiración que favorece la limpieza de la piel porque a través del sudor se eliminan las toxinas. El calor seco se lo utiliza para tratamientos terapéuticos para éstos tratamientos se pueden utilizar hojas de eucalipto, pino o menta que mejoran la respiración en caso de problemas bronquiales.

**Ilustración N° 46. ÁREA DE SAUNA.**



- ❖ **Turco.-** Los beneficios terapéuticos que proporciona el baño de vapor son exactamente los mismos que el baño sauna. La diferencia radica en que la estructura en que está construido es de cerámica y que su ambiente es húmedo, porque se calienta mediante el vapor de agua.

**Ilustración N° 47. ÁREA DE TURCO.**



- ❖ **Hidromasaje.-** Es un tratamiento de 20 minutos que se da en una tina jacuzzi con agua termal. Este Baño estimula la circulación sanguínea, alivia malestares óseos y musculares, reduce el stress y produce un estado de alta relajación.

**Ilustración N° 48. ÁREA DE HIDROMASAJES.**



#### **3.9.2.4. ÁREA DE SODA - BAR**

Esta área contará con un snack- bar, 5 mesas con parasoles y sus correspondientes sillas; así como también 3 mesas para niños. En esta zona se ofrecerá a los turistas: comida rápida, snack, bebidas, dulces varios, etc.

**Ilustración N° 49. ÁREA DE SODA- BAR.**



### **3.9.2.5. ÁREA DE PARQUEADERO.**

Se contará con un espacio completamente privado para estacionamiento de automóviles de nuestros visitantes.

**Ilustración N° 50. ÁREA DE PARQUEADERO DEL COMPLEJO.**



### **3.9.2.6. ÁREAS VERDES.**

Esta área contará con una variedad de flores, césped y especies nativas del sector complementando su naturaleza; dispondrá de jardines y también incluirá un espacio destinado para picnic y una zona de parrilladas al aire libre.

**Ilustración N° 51. ÁREAS VERDES.**



### 3.9.3 PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DE UN VIVERO ECOLÓGICO

Este proyecto se ubicará en la Comunidad de Loma Chiquita del Niño Jesús, sector Potrerillos; su finalidad es que los turistas conozcan la flora nativa, flores ornamentales y plantas frutales existentes en esta parroquia.

Representa un área de construcción de 500 m<sup>2</sup>, la infraestructura del vivero se lo realizará como el tipo túnel, es más cerrada pero más conveniente porque da facilidad al manejo de las bandejas y permite una mejor protección de las plantas contra el clima, además contará con una malla hecha de un material resistente a la degradación de los rayos ultravioletas (UV). También requerirá de las herramientas necesarias para su funcionamiento como son: macetas de barro, bolsas de polietileno, envases biodegradables, carretillas, palas, abonos, plantas nativas del área, otros insumos, etc.

**Ilustración N° 52.VIVERO ECOLÓGICO.**



### 3.9.4 PROYECTO DE CONSTRUCCIÓN DE UNA TARABITA

Esta construcción será implantada con fines ecológicos y de aventura en los cuales permitirá disfrutar de la exuberante vista, sus majestuosos paisajes y la impresionante caída de agua que tiene la cascada, visualizados desde el punto más alto de la parroquia; la cual estará ubicada en la Comunidad el Moral, se compone de un cable o guaya de acero de 80 metros de distancia, sus soportes serán contruidos con una tubería de perforación conectada a un concreto reforzado, además cuenta con una canastilla, un motor eléctrico, contactores y una manivela. La tarabita tendrá la capacidad para transportar 6 a 8 pasajeros, con un peso máximo de 800 kilogramos. Un paseo en tarabita será una experiencia inolvidable para los turistas.



**Ilustración N° 53. TARABITA.**



### **3.9.5 CONSTRUCCIÓN DE MIRADORES**

Se propone la construcción de varios miradores, desde los cuales se pueda apreciar toda la belleza, majestuosidad y encanto de la parroquia. Los materiales que se utilizarán en la construcción de los miradores son: vigas, que servirán de puntales para sostener las paredes y el techo. En las paredes se colocaran tablas cepilladas, mientras que la cubierta estará compuesta de techo de ardex y recubierta con paja, para que vaya acorde a la naturaleza del área turística.

**Ilustración N° 54. MIRADOR ECOLÓGICO.**



### **3.9.6 SENDEROS ECOLÓGICOS**

Se realizará la apertura, adecuación y limpieza permanente de los accesos que conducen a cada uno de los atractivos turísticos, así como el mejoramiento y mantenimiento de los caminos y senderos.

Este proyecto se lo realiza con el fin de que el recorrido turístico que se dé en esta zona brinde toda la paz, tranquilidad y placeres que nos brinda la naturaleza, a la vez que se aprende a preservar y cuidar todos los recursos naturales y el medio ambiente.

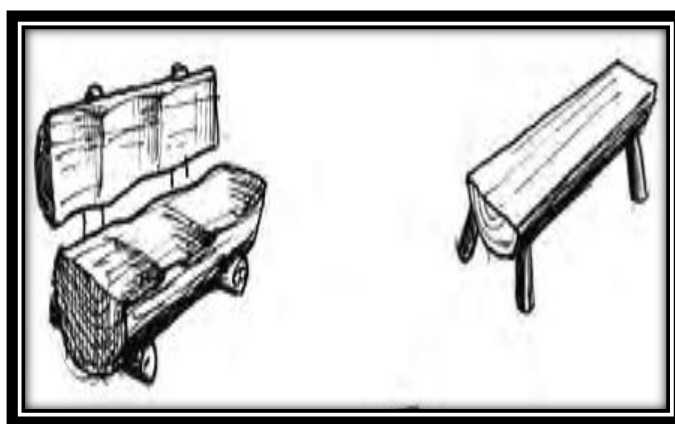
**Ilustración N° 55. SENDEROS ECOLÓGICOS.**



**3.9.7 MOBILIARIO TURÍSTICO Y SEÑALIZACIÓN.**

- **BANCAS.-** Los materiales que se emplearán para el mobiliario será preferentemente de la localidad y que no causen un impacto fuerte para el entorno, se empleará para la construcción de las bancas tablón de encofrado y poste de madera, la calidad de los materiales ha de ser tal que resista durante un tiempo prolongado su empleo en las condiciones ambientales a las que estará expuesto, pensando además que tendrán que ser de bajo mantenimiento, este mobiliario se lo creará con la finalidad de brindarles a los turistas un descanso placentero en su recorrido .

**Ilustración N° 56. MOBILIARIO TURÍSTICO.**



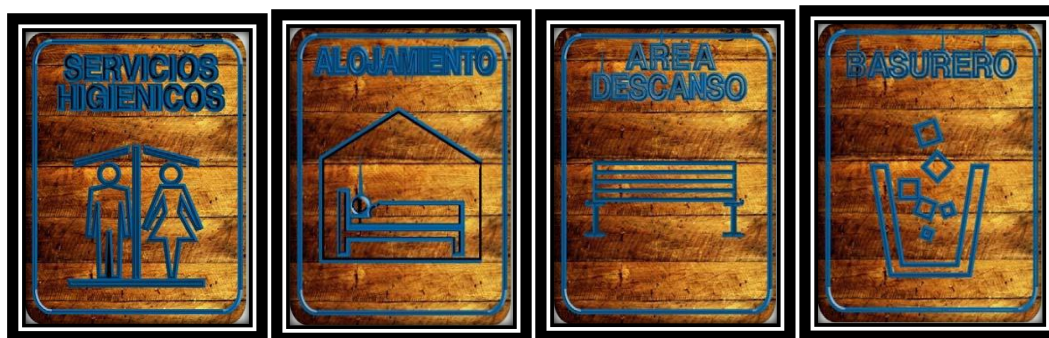
- **BASUREROS.-** Se colocarán varios basureros en cada uno de los atractivos turísticos, con el fin de preservar la naturaleza y mantener la biodiversidad, sin contaminación de desechos orgánicos, y peor aún si son inorgánicos (como plásticos).

### Ilustración N° 57.BASUREROS ECOLÓGICOS.



- **SEÑALIZACIÓN.-** Este proyecto tratará de equipar señales de ubicación a los caminos y senderos para llegar a los lugares turísticos, con el fin de facilitar el acceso a los lugares requeridos, la señalización se adaptará a las condiciones culturales de la localidad, así como a materiales adecuados acordes al clima, entre otros factores de elección. Se utilizarán letreros metálicos únicamente a la entrada de cada potencial turístico. Se recomienda dos tipos de señalamientos durante el transcurso de un recorrido, las informativas y las direccionales.

### Ilustración N° 58.SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA.



#### 3.9.8 ADECUACIÓN DE UN CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.

Este proyecto se lo realizará en la Junta Parroquial, se adecuará una oficina con: escritorio, archivero, una computadora, y demás implementos de oficina.

Además se pretende brindar a los turistas toda la información de los sitios y recursos de oferta turística existentes en la parroquia.



**Ilustración N° 59.CENTRO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA.**



### **3.9.9 TALLER DE CAPACITACIÓN DE GUÍAS COMUNITARIOS**

El proyecto intenta buscar la ayuda de profesionales en turismo que dicten charlas y talleres en las comunidades. En estos talleres, se tratarán temas como: cuidado al medio ambiente, concientización para los habitantes del sector en valores sociales, económicos y ambientales; con especial énfasis en la atención a los turistas.

**Ilustración N° 60.CAPACITACIÓN DE GUÍAS COMUNITARIOS.**



### **3.9.10 PROYECTO PARA PUBLICIDAD DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Con la implementación de este proyecto se pretende promocionar de manera eficiente y eficaz la existencia de maravillosos atractivos naturales y culturales que posee esta parroquia. A través de la creación de una página web, así como de publicidad impresa.

**Ilustración N° 61.PUBLICIDAD.**



**3.10. Fuentes de Financiamiento.**

Luego de haber señalado los proyectos y de haber mencionado cual sería la inversión necesaria para la implementación de esta planta turística, hemos llegado a un punto muy importante, y es definir la procedencia de los recursos necesarios para llevar a cabo cada actividad.

Mediante los estudios realizados, el monto de la inversión asciende a \$ 1.941.571,00; debido a la magnitud del monto de la inversión se propone la siguiente distribución de montos relacionados con la disponibilidad que tiene cada institución vinculada a fomentar turismo en la parroquia.

**CUADRO N° 27: FUENTES DE FINANCIAMIENTO.**

INSTITUCIÓN	MONTO A FINANCIAR	PORCENTAJE
Préstamo a la CFN	872.983,78	90%
La Junta Parroquial	96.998,20	10%

La mayor parte de la financiación de este proyecto se la realizará por medio de un crédito a través de la Corporación Financiera Nacional, debido al alto monto de su aportación, y la diferencia por recursos provenientes de la Junta Parroquial.

### **3.11. Alianzas Estratégicas.**

Las Alianzas Estratégicas no son más que una forma de colaboración entre dos o más empresas o entidades que contribuyan al desarrollo del negocio y los motivos están ligados a los cambios en el entorno económico.

Para la consolidación del Turismo Comunitario en la Parroquia Julio Andrade es importante contar con la valiosa colaboración de sus habitantes, pero también se deben buscar alianzas estratégicas que apunten al desarrollo rápido y eficaz de todos los proyectos encaminados en un modelo de Turismo Comunitario.

Esta búsqueda de alianzas estratégicas se la realizará a través de la publicación y difusión del proceso que con lleva el turismo comunitario a través de un sitio web.

Las Entidades con las que cuenta la Parroquia para realizar alianzas estratégicas que ayuden al desarrollo del turismo comunitario y por ende al desarrollo de la parroquia son:

***El Municipio del Cantón Tulcán.-*** Es la entidad encargada de realizar obras de infraestructura dentro del Cantón y promocionar el turismo.

***Gobierno Provincial del Carchi.-*** Es el encargado de realizar trabajos rurales para la provincia y para el desarrollo socio económico de la misma.

***Ministerio de Turismo.-*** Es el encargado de auto gestionar y potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo, además cuenta con un presupuesto propio para gestionar actividades turísticas dentro del Territorio Ecuatoriano; mediante el programa denominado CONSOLIDA TURISMO COMUNITARIO, que pretende mejorar el producto turístico de las comunidades.

Este programa de Turismo Comunitario ofrece:

- Aprendizaje a través del Programa de Capacitación Turística Nacional y sus componentes Turismo Comunitario y Negocios Turísticos Productivos, estas capacitaciones son gratuitas.
- Asistencia Técnica Especializada en la generación de proyectos turísticos comunitarios sostenibles y competitivos y en la formalización de los emprendimientos turísticos comunitarios.

- Acceso a crédito a través del Sistema Financiero Nacional.
- Promoción y Difusión de las iniciativas de turismo comunitario sostenible.
- Generación de planes de negocio para las comunidades participantes del programa.
- Dotación de camisetas y gorras a los miembros de la comunidad.

El programa está dirigido a todas las comunidades organizadas que desarrollan las actividades turísticas, por lo cual es importante que las comunidades se organicen para el desarrollo de estas actividades con la ayuda de la Junta Parroquial y el Gobierno Provincial del Carchi.

La persona encargada de este programa en el Ministerio de Turismo es el Ing. Paul León, él está encargado de la Dirección de Proyectos e Inversiones en Comunidades, estas alianzas permitirán abaratar los costos tanto en capacitaciones, difusión, promoción y en la elaboración de los planes de negocio.

**Ministerio del Ambiente.-** Es el encargado de diseñar las políticas y estatutos ambientales. Los proyectos y programas para el cuidado del ecosistema y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales del Ecuador.

**Corporación Financiera Nacional.-** Uno de sus objetivos es estimular la inversión e impulsar el crecimiento económico sustentable y la competitividad de los sectores productivos y de servicios. Promueve el desarrollo de los sectores industriales, agropecuarios, agroindustriales, turísticos y de todas las demás actividades productivas a través de la micro, pequeñas, mediana y gran empresa.

Estas organizaciones serían los principales aliados estratégicos con los que podría contar la parroquia ya que con ellos el impacto negativo que podría tener el Proyecto de Circuito Turístico sería mínimo ya que estarían amparados bajo los reglamentos del sector turístico en todos los ámbitos.



## 4.1 DISEÑO DE LA RUTA.

### 4.1.1 Conceptos de ruta

“Inicialmente, el concepto de ruta turística se utilizó para definir el corredor o camino utilizado por turistas itinerantes, que se trasladaban por vía terrestre entre dos destinos turísticos (localidades o puntos geográficos), apreciando los atractivos complementarios que se ubicaban en el trayecto”<sup>6</sup>.

“La Ruta Turística puede ser definida como un itinerario o recorrido propio de una comunidad o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto”<sup>7</sup>.

Una ruta establece una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente. Se debe calificar más bien como un macro producto que posee características específicas que lo diferencian de otros productos turísticos tradicionales.

La elaboración de este producto debe ser capaz de generar una demanda en el mercado y de su solidez y coherencia, así como de la capacidad de atracción de sus productos y de la calidad de sus servicios, dependerá no sólo el éxito de la Ruta y su permanencia en el tiempo, sino también su sustentabilidad.

Para que la Ruta resulte creíble y tenga fuerza en el mercado, su diseño debe ser atrayente y coherente, manteniendo la unidad y complementariedad entre sus componentes y la imagen adoptada, pero ofreciendo al mismo tiempo una cierta diversidad que genere asociaciones, revalorizando cada uno de los productos que la integran, propiciando y justificando la visita a todos ellos.

Una de las más evidentes ventajas que ofrecería la integración de productos en un circuito turístico, es que el conjunto de ellos tiene mayor capacidad de atracción que la mayoría de sus integrantes por separado, justificando desplazamientos, permanencias y gastos que por sí solos no los provocarían.

---

<sup>6</sup>[www.tecturcoquimbo.d/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf](http://www.tecturcoquimbo.d/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf)

<sup>7</sup> Ibid.



“La conformación de una Ruta debe responder a los intereses de los diversos actores de la actividad turística, pero principalmente de su mercado objetivo (los turistas), de los agentes operadores y prestadores de servicios turísticos y de la comunidad local. Éstos deben establecer modalidades de asociación para determinar las formas de gestión y coordinación que permitan la consolidación, comercialización y operación de la oferta local y la Ruta constituye sólo el soporte para esa oferta”<sup>8</sup>.

Una de las principales razones que justifica la asociación de los actores locales en este tipo de organizaciones, es que por una parte la acción unificada permite una reducción de los costos que implica la gestión integral de este tipo de actividades y por otra, la oferta integrada facilita el acceso a los mercados y genera una mayor demanda de visitantes. En todo caso, el éxito y el dinamismo de una Ruta no depende solamente de la iniciativa y capacidad de gestión de la persona a cargo de la organización, sino también del compromiso, dedicación y espíritu de solidaridad de sus asociados, de la calidad de las actividades, instalaciones y servicios proporcionado y de los sistemas de control de calidad y evaluación de resultados que se adopten.

#### **4.1.2 Diseño de la ruta**

“Para diseñar una ruta hay que tener presente que debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma”<sup>9</sup>.

Para la realización de estas rutas se tomará en cuenta la información sobre los atractivos turísticos, las actividades que se desarrollaran en cada uno de ellos, los servicios que se prestarán, pasando por la calidad de las infraestructuras y la utilidad que prestará la ruta una vez diseñada.

Con lo anteriormente señalado, los criterios tomados en cuenta para elaborar el diseño de la ruta turística son: información y coherencia.

Para esto proponemos la creación de dos PAQUETES TURÍSTICOS, que serán valorados económicamente, los cuales estarán diseñados para brindar esparcimiento y recreación a los turistas, estos paquetes estarán compuestos de los atractivos de la zona y las actividades a desarrollarse en cada uno de ellos.

---

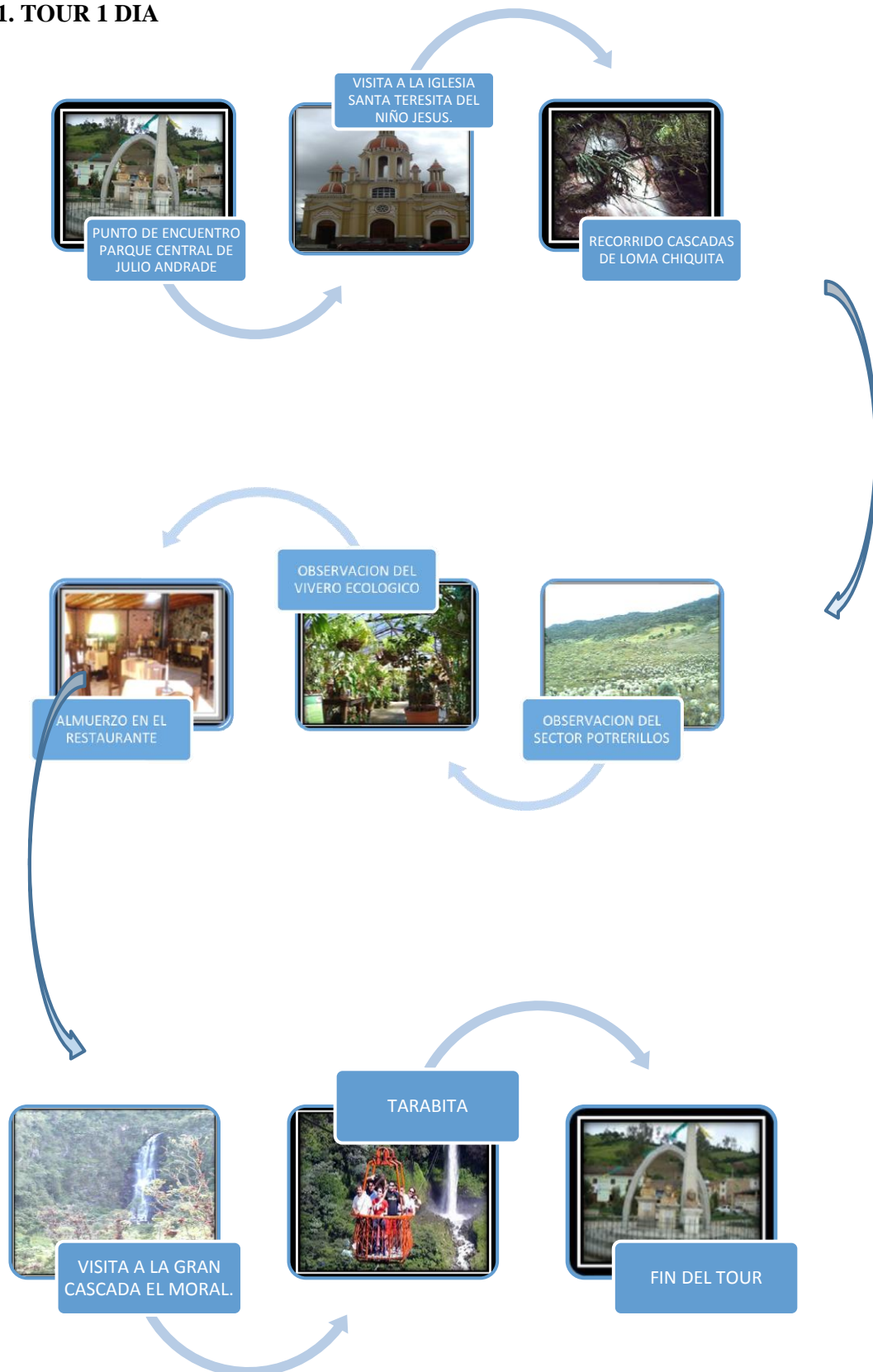
<sup>8</sup> Manual de Turismo, sostenibilidad y proyectos; DTS Consultores, Marzo 2007.

<sup>9</sup> [www.tecturcoquimbo.d/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf](http://www.tecturcoquimbo.d/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf)

Cabe resaltar que las ganancias obtenidas por la implementación de este proyecto serán utilizados en obras de mejoramiento. Los beneficiarios indirectos de la puesta en marcha de este proyecto serán los miembros de la comunidad, ya que con la creación y crecimiento de la actividad turística podrán mejorar sus ingresos y por ende sus condiciones de vida.



#### 4.1.2.1. TOUR 1 DIA



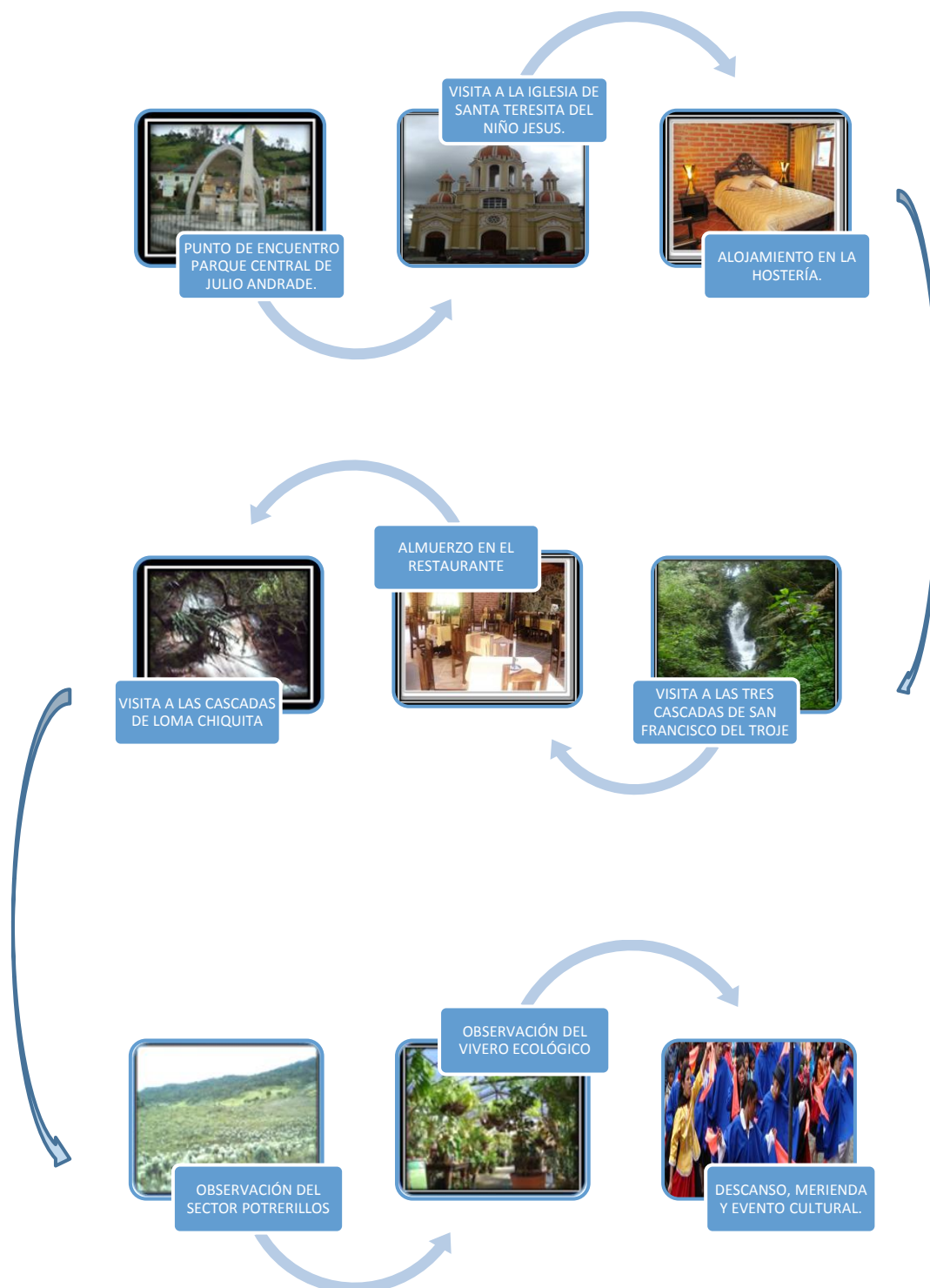
**ITINERARIO TOUR 1 DIA**

7:00am	Concentración en el Parque Central de Julio Andrade
De 7:10am a 8:00am	Visita a la Iglesia de Santa Teresita del Niño Jesús, aquí recibirán una información interpretativa sobre el lugar en la cual se puede admirar su infraestructura, su historia y cultura; convirtiéndose de esta manera en una profunda experiencia que nos transporta a la época de su creación.
De 8:00am a 8:30am	Nos dirigimos a la Comunidad de Loma Chiquita que se encuentra aproximadamente a 30 minutos de distancia, en el camino se observarán innumerables contrastes de la naturaleza y diversidad de cultivos de los productos más relevantes de la zona como son la papa, el maíz, etc.
De 8:30am a 10:00am	Al llegar a la comunidad nos prepararemos para la caminata hacia las cascadas de Loma Chiquita, siendo este un paraíso lleno de magia por su vista espectacular debido a su caída de agua cristalina, en un ambiente totalmente inigualable este es un refugio de descanso donde sentirá la naturaleza y respirara aire puro; aquí se podrá realizar fotografía.
De 10:00am a 11:00am	Continuaremos con nuestro recorrido observando el sector de potrerrillos, el cual posee un ecosistema de páramo que se complementa con el clima y la vegetación de misticismo natural. El ecosistema cuenta con una amplia variedad de vida vegetal, aquí se puede encontrar el bosque primario y hay más de treinta especies diferentes de plantas como son las orquídeas, las bromelias, las achupallas, etc. Y la interesante variedad de aves, como el colibrí y de mamíferos que viven en este hábitat como conejos y zorros.
De 11:00am a 01:00pm	Para continuar con nuestro recorrido se visitará el Vivero Ecológico que se encuentra a 10 minutos del páramo potrerrillos, en el cual se observaran la variedad de flora autóctona de la parroquia y la diversidad de orquídeas existentes en la misma. Además se retornará caminando por una gran empinada existente llamada La Rompecorazones.
De 13:00pm a	Al regreso del recorrido, podrán disfrutar de un amplio menú gastronómico, incluyendo las comidas típicas de la zona en el

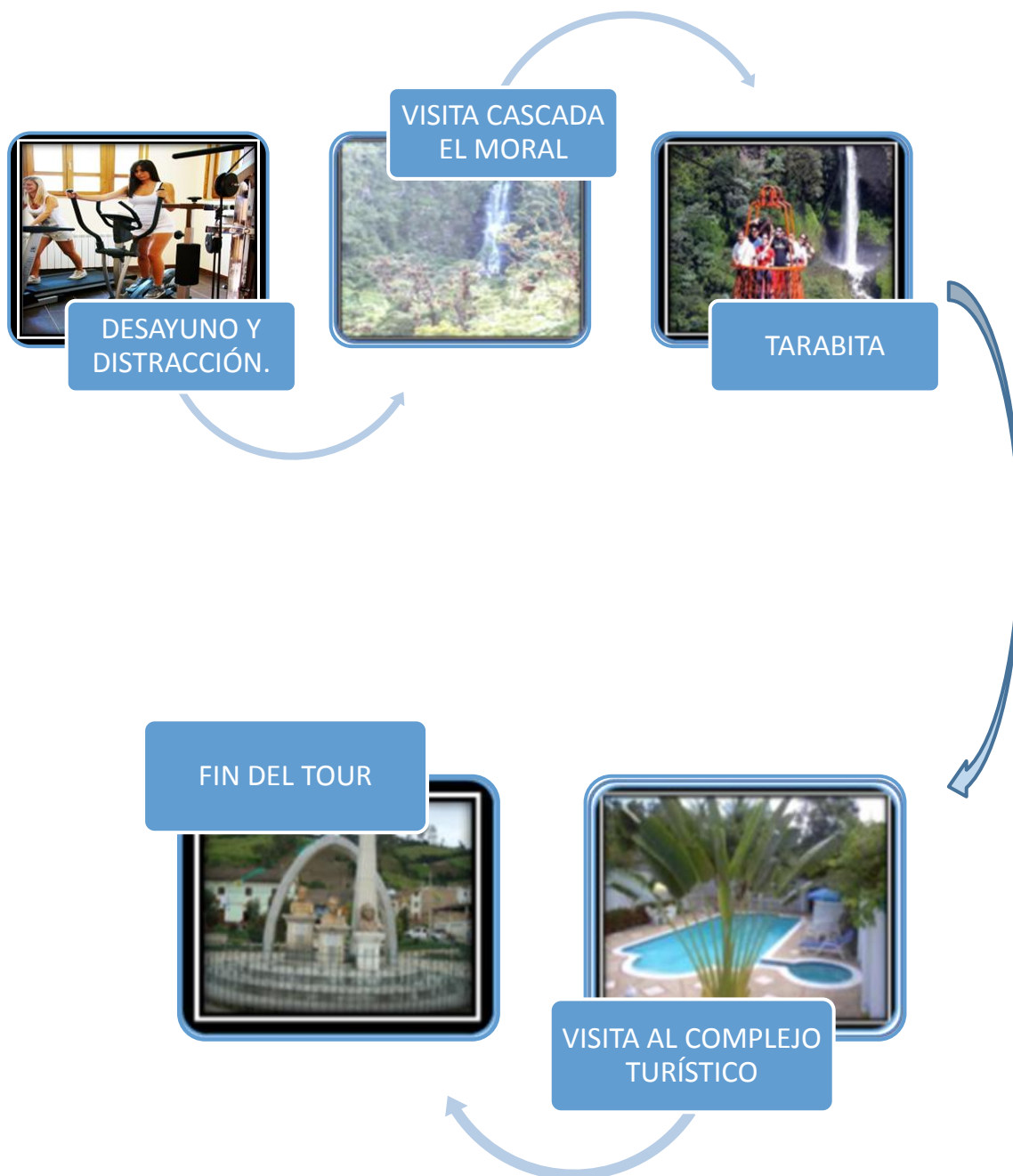
3:00pm	restaurante de la hostería.
De 3:00pm a 5:30pm	Para continuar con nuestro itinerario nos dirigimos hacia la comunidad El Moral en la cual se podrá observar la Cascada El Moral, esta es una de las cascadas más altas y maravillosas por su paisaje impresionante ya que está rodeada de flora nativa de la zona. Además si quieren vivir una aventura excitante con la naturaleza y un deporte extremo pueden disfrutar de la tarabita.
6:00pm	Retorno al Parque Central de Julio Andrade y fin del tour.

#### 4.1.2.2. RUTA 2 DIAS.

##### ➤ DIA 1



➤ DIA 2



**ITINERARIO RUTA 2 DIAS.**

<b>7:00am</b>	<b>Concentración en el Parque Central de Julio Andrade</b>
<b>De 7:10am a 8:00am</b>	Visita a la Iglesia de Santa Teresita del Niño Jesús, aquí recibirán una información interpretativa sobre el lugar en la cual se puede admirar su infraestructura, su historia y cultura; convirtiéndose de esta manera en una profunda experiencia que nos transporta a la época de su creación.
<b>De 8:00am a 9:00am</b>	Nos trasladaremos a la Hostería ubicada en la comunidad San Francisco del Troje, lugar en el cual se podrán instalar en las cabañas tipo suite para las personas que lo deseen y también se les ofrecerá el servicio de camping para aquellos turistas que prefieren el contacto más cercano con la naturaleza.
<b>De 9:00am a 10:30am</b>	Se les ofrecerá un desayuno criollo autóctono de la zona o continental dependiendo de lo que el turista desee, en el restaurante de la hostería.
<b>De 10:30am a 12:30pm</b>	Posteriormente se los preparara para la gran caminata por los senderos naturales que nos permitirán adentrarnos al maravilloso mundo de la biodiversidad, estos nos conducen hacia las Tres Cascadas que aparte de ofrecer una espectacular caída de agua, es un recurso escénico maravillo en el cual pueden observar variedad de aves y una flora exuberante que toma características de bosque amazónico.
<b>De 12:30pm a 2:00pm</b>	Al regreso de las cascadas, podrán disfrutar de un amplio menú gastronómico, incluyendo las comidas típicas de la zona en el restaurante de la hostería.
<b>De 2:00pm a 2:30pm</b>	Continuando con nuestro recorrido nos dirigimos a la Comunidad de Loma Chiquita que se encuentra aproximadamente a 30 minutos de distancia, en el camino se observarán innumerables contrastes de la naturaleza y diversidad de cultivos de los productos más relevantes de la zona como son la papa, el maíz, etc.
<b>De 2:30pm a 4:30pm</b>	Al llegar a la comunidad nos prepararemos para la caminata hacia las cascadas de Loma Chiquita, siendo este un paraíso lleno de magia por su vista espectacular debido a su caída de agua cristalina, en un ambiente totalmente inigualable este es un refugio de descanso donde sentirá la naturaleza y respirara aire puro; aquí se podrá realizar fotografía.

De 4:30pm a 5:00pm	Continuaremos con nuestro recorrido observando el sector de potreros, el cual posee un ecosistema de páramo que se complementa con el clima y la vegetación de misticismo natural. El ecosistema cuenta con una amplia variedad de vida vegetal, aquí se puede encontrar el bosque primario y hay más de treinta especies diferentes de plantas como son las orquídeas, las bromelias, las achupallas, etc. Y la interesante variedad de aves, como el colibrí y de mamíferos que viven en este hábitat como conejos y zorros.
De 5:00pm a 6:00pm	Para continuar con nuestro recorrido se visitará el Vivero Ecológico que se encuentra a 10 minutos del páramo potreros, en el cual se observarán la variedad de flora autóctona de la parroquia y la diversidad de orquídeas existentes en la misma. Además se retornará caminando por una gran empinada existente llamada La Rompecorazones.
De 6:00pm a 7:30pm	Retorno al lugar de alojamiento y descanso en la hostería, los turistas podrán hacer uso de las salas de diversión para niños y adultos.
De 7:30pm a 9:00pm	Merienda en el restaurante, ofreciéndoles de igual manera una amplia gama de menú tanto de comida típica, como de comida rápida.
De 9:00pm a 10:30pm	Disfrutarán de un evento cultural de música y danza tradicional de la zona, y se les brindará un coctel de bienvenida a los turistas, y los que prefieran podrán hacer uso de las instalaciones del bar.
De 7:30 am a 9:30 am	Los turistas pueden hacer uso de las instalaciones del gimnasio y se les ofrecerá un desayuno criollo autóctono de la zona o continental dependiendo de lo que el turista desee, en el restaurante de la hostería.
De 9:30 am a 12:00 pm	Para continuar con nuestro itinerario nos dirigimos hacia la comunidad El Moral en la cual se podrá observar la Cascada El Moral, esta es una de las cascadas más altas y maravillosas por su paisaje impresionante ya que está rodeada de flora nativa de la zona. Además si quieren vivir una aventura excitante con la naturaleza y un deporte extremo pueden disfrutar de la tarabita.

<b>De 12:00pm a 5:00pm</b>	<p>Luego nos trasladaremos al Complejo Turístico de la parroquia, en el cual se pondrá a disposición del turista las instalaciones, como son:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Piscina (área en la cual podrán disfrutar de las aguas medicinales y ricas que se ofrece).</li><li>➤ Área de relajamiento(en la cual puede disfrutar de sauna, turco, hidromasaje y salón de masajes)</li><li>➤ Área de deportes(en el cual se cuenta con canchas de futbol, básquet y tenis)</li></ul> <p>Además el soda - bar (en el cual se ofrecerá al turista un menú de comidas típicas de la zona o de igual manera comidas rápidas si el turista así lo prefiere).</p>
<b>5:30pm</b>	Retorno al Parque Central de Julio Andrade y fin del tour.

#### **4.1.2.3 CONDICIONES GENERALES DE LOS TOURS**

##### ***Incluye:***

- Alimentación.
- Servicios de guías.
- Hospedaje en hostería.

##### ***No incluye:***

- Bebidas alcohólicas.
- Comida y bebidas extras.
- Llamadas telefónicas.
- Uso de servicios adicionales.

##### ***Gratuidades:***

- Por cada 15 personas una gratis.

##### ***Recomendaciones:***

- Respetar las horas indicadas en el tour para realizar las actividades.
- Llevar solo lo necesario para el viaje.
- Contar con el equipo adecuado para caminatas.
- Llevar cámara fotográfica o filmadora.
- No llevar armas blancas ni de fuego.



## **4.2 POLÍTICAS AMBIENTALES Y TURÍSTICAS.**

“Las políticas ambientales se respaldan en una serie de principios generales que establece:

- El proceso de desarrollo económico y social de la parroquia se orientará según los principios universales y del desarrollo sostenible del Medio Ambiente.
- La biodiversidad del sector, por ser patrimonio turístico y de interés de la humanidad, deberá ser protegida prioritariamente y minuciosa en forma sostenible.
- Las políticas de población tendrán en cuenta el derecho de los seres humanos a una vida saludable y productiva en acuerdo con la naturaleza.
- La parroquia fomentará la incorporación de los costos ambientales y el uso de instrumentos económicos para la prevención, corrección y reconstrucción del deterioro ambiental y para la renovación de los recursos naturales renovables.
- Los estudios de impacto ambiental serán el instrumento básico para la toma de decisiones respecto a la construcción de obras y actividades que afectan significativamente el medio ambiente.
- La prevención de desastres será materia de interés colectivo y las medidas tomadas para evitar o mitigar los efectos de su ocurrencia serán de obligatorio cumplimiento.
- La acción para la protección y recuperación ambientales de la zona es una tarea conjunta y coordinada entre la parroquia, la comunidad, las organizaciones no gubernamentales y el sector privado”<sup>10</sup>.

### **4.2.1. POLÍTICAS ESPECÍFICAS.**

- “La ruta julio Andrade reunirá una serie de actividades y proyectos los cuales servirán para el esparcimiento y recreación de los turistas.

---

<sup>10</sup> Reunión con los representantes de la Junta Parroquial y Representantes de las Comunidades el 12/09/12

- Fomenta un trabajo consiente, generoso y persistente para brindar a los turistas una guía completa de los programas a desarrollarse y los atractivos existentes.
- Difusión de la ruta y atractivos turísticos a los visitantes para despertar el interés por conocer todos estos sitios.
- Las actividades desarrolladas en este circuito son mecanismos para fomentar en los turistas y la población, el conocimiento, respeto y cuidado sobre los atractivos existentes.
- Se establecerá una administración y manejo financiero en función de las principales necesidades presentadas en actividades desarrolladas en la ruta.
- Evaluaciones constantes que midan el rendimiento de las actividades y cumplimiento de competencias.
- La ruta concentrará una serie de actividades y proyectos los cuales servirán para el esparcimiento y recreación de los turistas”<sup>11</sup>.

#### **4.3. ESTRATEGIAS.**

“Las estrategias y tácticas que se plantean para lograr los objetivos propuestos son los siguientes:

- Obtener financiamiento de la Corporación Financiera Nacional para poner en marcha el negocio y bajar el monto de inversión.
- Realizar alianzas estratégicas con los moradores del sector para realizar eventos como ferias, platos típicos, guías a hogares, y compartimiento de utilidades.
- Desarrollar marketing directo con los turistas y agencias de viajes, aprovechando los recursos naturales existentes.
- Crear una cultura corporativa con la comunidad para mantener altos estándares de calidad.

---

<sup>11</sup> Reunión con los representantes de la Junta Parroquial y Representantes de las Comunidades el 12/09/12

- Fomentar la aplicación de normas ecológicas para conservar el medio ambiente con la comunidad, el personal de las cabañas y los turistas de tránsito.
- Capacitar frecuentemente a la comunidad para fortalecer alianzas de turismo comunitario”<sup>12</sup>.

#### **4.4. PROMOCIÓN DE LA RUTA.**

Para la elaboración de un plan de promoción turística es necesario tomar en cuenta dos aspectos muy importantes, como son la comercialización enfocada al mercado potencial y la concientización o capacitación enfocada a la localidad en general.

**4.4.1 La comercialización turística.**- son todas aquellas técnicas relacionadas con la promoción, difusión y venta de bienes y servicios turísticos. Además constituye el diseño de medios para dar a conocer el servicio, la oferta, demanda, preparación del producto turístico para la venta y distribución del mismo.

##### **4.4.1.1 Estrategia de comercialización turística a utilizarse.**

- Realizar la distribución de hojas volantes, dípticos, trípticos y folletos, ilustrativos e informativos, como son los centros públicos de mayor concurrencia: escuelas, colegios, plazas, entre otros.
- Creación de un Centro de información turística comunitaria en la parroquia, el cual pueda brindar información adecuada del circuito turístico a ofrecerse.
- Invitar a periodistas e inversionistas para que conozcan las ventajas que presenta este circuito turístico, y estos, a su vez, puedan participar en su promoción y desarrollo, de acuerdo a las posibilidades económicas y acceso a los medios masivos de comunicación.
- A través de la creación de una página web también se podrán difundir todos estos sitios turísticos.
- Promoción en los buses locales, interparroquiales e interprovinciales existentes en la zona.

---

<sup>12</sup> Reunión con los representantes de la Junta Parroquial y Representantes de las Comunidades el 12/09/12

- Una de las formas más interesantes de difusión es la de las guías turísticos, quienes brindan información tanto histórica como social y cultural, preciosa para el visitante.
- Realizar convenios con las Agencias de Viajes para que puedan promocionar el destino turístico, vinculado como parte de su oferta de paquete.
- Fomentar la creación y conformación de un Consejo Parroquial, el cual, como organismo consultivo de composición mixta para el desarrollo de actividades turísticas regionales, busque asesoría en la planeación y promoción turística.

**4.4.2 La conciencia turística.**- es un conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico, a través de la acogida y comprensión se logra que el turista obtenga satisfacción óptima durante su estadía.

Para todo esto, es importantísima la vinculación del sector público, llámese Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial, Gobierno Municipal, Junta Parroquial y Comunidades.

Una vez determinadas las preferencias del turista a través de un estudio de mercado, se debe establecer la oferta de un turismo alternativo, el cual tiene como característica principal la combinación de aspectos culturales y ecológicos, con descanso y recreación, permitiendo al turista no solo disfrutar del ocio y diversión, sino también enriquecer sus conocimientos y experiencias, además de contar con una infraestructura adecuada para tales fines y satisfacción de sus gustos y preferencias.

En lo referente a la comercialización, es necesario determinar los segmentos del mercado hacia los cuales puede ser dirigido el servicio turístico, se puede establecer el mercado potencial en las ciudades de mayor población o cercanía a la zona turística, los grupos sociales, culturales y económicos hacia los cuales se deberá enfocar. Además de desarrollar estrategias referentes al hospedaje, alimentación, precios, estadía, y servicios complementarios, en fin, todo aquello que se agruparía en un paquete turístico.

#### **4.4.2.1. Estrategias de fomento y conciencia turística a utilizarse.**

- Realización de seminarios, foros y demás eventos que permitan informar, el papel que juega cada atractivo, con respecto a la ley del turismo y a la conservación del medio ambiente.
- Mediante la participación del Ministerio de Turismo, colegios y otras organizaciones públicas y privadas, se procederá a incentivar la participación en cursos de capacitación a propietarios de establecimientos hoteleros y restaurantes, comerciantes, entre otros, bajo el concepto de que el mejoramiento de la calidad del servicio es un principio que se refleja en más clientes y mayor progreso y que la actividad turística mancomunada, conlleva a ganancias generales a largo plazo, frente al individualismo que presentan la mayoría de los actuales propietarios.

#### **4.5. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN**

Las estrategias comunicacionales están estrechamente ligadas a las de distribución. El primero da a conocer el producto y el segundo permite la llegada de turistas. No pueden implementarse estrategias de distribución si es que previamente no se ha comenzado a promover el producto.

Al igual que las estrategias comunicacionales, se va aprovechar la información técnica turística obtenida de la experiencia existente en la Región.

A continuación se describen algunas estrategias de distribución que deberían implementarse para poner en comercialización el Circuito Turístico:

**4.5.1. Página web profesional.-** Las páginas web turísticas se han transformado de ser simplemente una vitrina a un importante motor de ventas y de nuevos negocios. A un turista si se le presenta una información clara y eficiente, sumada a una posibilidad de realizar una reserva o compra del producto, se podría transformar en una potente unidad comercial. Es decir, deja de ser simplemente una página web informativa y se transforma en una central de reservas, es decir de decisión para reservar y asegurar la compra de un paquete turístico.

**4.5.2. Asistencia a ferias.-** Asistir a una feria turística involucra un gran costo. Hay muchas en el mercado, pero lo importante es saber cuál es la más apropiada para el tipo de público que estamos deseando captar para el circuito. Por lo anterior, será fundamental definir ferias de acuerdo a los

intereses especiales y de los recursos que sostienen el circuito. Es decir, asistir a ferias de ecoturismo, turismo de aventura, turismo cultural, entre otras.

**4.5.3. E-mail.-** Este sistema funciona sobre una base de datos de clientes potenciales. No es llegar y mandar e-mails, es necesario saber el tipo de personas que va a recibir ese e-mail. La información que se envíe estará relacionada con ofertas, promociones, nuevos productos, etc. Pero esta información tiene que estar aparejada comercialmente a la compra del producto. Es decir, se envía una información promocional, y debe darse todas las facilidades para que comercialmente se realice la venta.

**4.5.4. Merchandising.-** Muchas veces este ítem se confunde con la artesanía u otras manualidades. Esta estrategia apunta más bien a la venta de artículos decorativos o técnicos que permitan al visitante reconocer el producto y por sobre todo difundir su marca. Ejemplos: llaveros, gorros, calendarios, entre otros. Estos productos son complementarios a los artesanales y tienen un efecto poderoso en la promoción del producto.

## **4.6 PLAN DE MARKETING TURÍSTICO ESTRATÉGICO**

El plan de marketing es la guía para la toma de decisiones comerciales. Históricamente, los planes de marketing en el sector turístico tenían un enfoque muy táctico. Recientemente, los planes de marketing se han convertido en una parte integral en los procesos de planificación estratégica.

“La finalidad de la planificación estratégica es anticiparse y responder a los cambios del entorno, tratando de mantener la organización turística adaptada de forma óptima y continua, para aprovechar al máximo las oportunidades que se presenten y los recursos internos que puedan proporcionarle una ventaja competitiva. La planificación estratégica es un proceso continuo, ya que así lo exige la permanente adaptación a un entorno que cambia constantemente”<sup>13</sup>.

“La planificación comercial es una parte de la planificación estratégica que tiene por finalidad el desarrollo de programas de acción para conseguir los objetivos de marketing de la organización. Estos programas se formalizan en un plan. El plan de marketing es, por tanto, el resultado de la planificación estratégica de la parroquia”<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup> [www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4\\_8.asp](http://www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4_8.asp).

<sup>14</sup> *ibid.*

#### **4.6.1. Estructura de un Plan de Marketing**

Como ya se ha mencionado, un Plan de Marketing es un instrumento genérico de desarrollo de productos y servicios. La aplicabilidad al sector turístico enfatiza en el posicionamiento de productos en mercados turísticos, aunque no hay diferencias metodológicas con otros sectores productivos ligados a los servicios.

#### **4.7. ORGANIZACIÓN COMUNITARIA.**

“El ámbito de análisis de la cadena turística está definido por los espacios en los cuales existen interrelaciones sociales, técnicas, económicas, institucionales y culturales, que permiten el desarrollo de un producto, para lo cual es trascendental la presencia de actores que actúan directa o indirectamente en este análisis”<sup>15</sup>.

El posicionamiento de una nueva ruta turística desarrollada en la parroquia Julio Andrade como destino turístico comunitario vivencial y como área recreacional, apunta a ser potenciado mediante la aplicación de un diseño de cadena turística concertada, con el fin de que esta propuesta se ejecute. Este proyecto está diseñado para que las inversiones se efectúen en el marco de un planteamiento integral y de intervención gradual, siguiendo una lógica de concatenación de acciones de manera que, mediante la sujeción a las prioridades establecidas, se logre una secuencia racionalizada del accionar de los diferentes actores convocados en este esfuerzo conjunto y concertado.

La visión tradicional de las áreas rurales de la parroquia, como áreas agrícolas y ganaderas, puede transformarse con la comercialización turística, derivando su imagen hacia un destino de turismo comunitario.

Las Asociaciones Comunitarias que se consolidaran en el proyecto establecido en este estudio, se basan en los requerimientos de las comunidades de las zonas de intervención, ya el turismo es una nueva alternativa de generación de ingresos que conlleva a mejorar el bienestar de sus comunidades.

Estos actores serán los responsables de los avances que se han dado en el sector, a través de la participación en el turismo comunitario, es por eso de vital importancia su participación ya que las líneas de intervención en este proyecto están definidas en la creación de cabañas ecológicas, restaurantes y sitios de esparcimiento que serán administradas por la Junta Parroquial a través de un

---

<sup>15</sup> [www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4\\_8.asp](http://www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4_8.asp).

gerente especializado, y contará con la participación de la comunidad prestando sus servicios para la atención de la mismos. El beneficio que genere este proyecto serán tanto para la comunidad (a través de sueldos y comisiones que se les pagará por la prestación de sus servicios), así como para la Junta Parroquial, lo cual se destinará al progreso de la parroquia.

#### **4.7.1 Estrategias de integración de la comunidad**

Para aprovechar la fortaleza, referente a la organización turística local y los atributos de los atractivos se proponen estrategias de interacción, para buscar soluciones que en conjunto ayuden a que las comunidades participen en todo el ámbito turístico. La forma más idónea de integrarlos es a través de la capacitación y formación.

Las actividades de capacitación y formación deberán partir desde el perfil de las comunidades o del déficit de su formación, en donde, las actividades y temas por cubrir son:

- Charlas, talleres o encuentros, para todas las comunidades, que los doten de conceptos generales de turismo, valorización del patrimonio natural y cultural local, además del reconocimiento de oportunidades de negocio.
- Capacitar y transmitir guiones más elaborados, en lo referente a lo natural y cultural, a todos los guías y postulantes de las localidades.
- Mediante foros, generar propuestas de gestión local como instrumento de mejora y mantenimiento de instalaciones, entre las que figure la creación de una caja común, que permita la adecuación y decoración, así como del mantenimiento de los senderos; implantación de basureros ecológicos. Para la realización de las estrategias de integración de la comunidad se procedería a denominar la propuesta como: Capacitación y Formación de las Comunidades de Julio Andrade, la cual se deberá dar a conocer en primera instancia al Municipio de Tulcán, para que con sus recursos apoye esta iniciativa.

#### **4.7.2. Impacto del turismo en las comunidades**

“El turismo es considerado como una de las actividades más rentables de nuestro país, ya que aporta valor agregado al producto geográfico del país, genera empleo y promueve el desarrollo regional y comunal, impulsando la descentralización económica, aumenta el ingreso familiar y redistribuye el ingreso regional”<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> [www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4\\_8.asp](http://www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4_8.asp).



El turismo también aporta a la sociedad, ya que, es una actividad de relaciones humanas, donde el contacto personal es indispensable y no puede ser sustituido.

En términos culturales, contribuye a la valorización del patrimonio natural y cultural de la comunidad (rescate de tradiciones, fiestas religiosas, folklore.), crea la necesidad del respeto entre las localidades. En conclusión el turismo se convierte en un poderoso factor de progreso, de intercambio social y de relaciones fraternales entre entidades públicas y privadas.

Los beneficios que aporta al medioambiente son infinitos, entre algunos podemos decir que contribuye a la conservación y preservación del patrimonio natural y cultural existente en la parroquia, permite mejorar las condiciones sanitarias y de infraestructura de la comunidad, permite la creación y supervisión de las áreas verdes, permite a los vecinos disfrutar de los recursos naturales y mejorar la calidad de vida.

Para desarrollar el turismo en una comunidad se necesita de ciertos factores que conjugados creen un ambiente propicio para la actividad. Entre los cuales se puede nombrar:

- Voluntad política de las autoridades locales (Alcaldes, Concejales, Presidente y Miembros de la Junta Parroquial).
- Incorporar al turismo en la gestión anual de las municipalidades.
- Involucrar a todos los agentes al interior de la Junta Parroquial y Municipio Cantonal.
- Utilizar en pro del turismo, los instrumentos de gestión que entrega la ley a los municipios para el cumplimiento de sus funciones como son: plan de desarrollo comunal (PLADECO), plan regulador, presupuesto y ordenanzas.

#### **4.7.3. Propuesta de educación ambiental dirigida a la comunidad**

La propuesta pretende conservar y preservar los recursos naturales y ambientales existentes en la parroquia; este proceso será coordinado por el Concejo de Turismo que se pretende crear en la parroquia y el grupo de jóvenes que deseen ser impulsores del turismo de la parroquia

La implementación de la presente propuesta contribuye a lograr un cambio en las formas de uso del medio ambiente, para un correcto desarrollo sostenible del turismo; se inicia con el cambio de

comportamiento y concluye cuando las nuevas actitudes se hayan canalizado hacia acciones ambientales adecuadas.

La propuesta de educación ambiental tiene como objetivo sensibilizar y proporcionar conocimientos apropiados a la comunidad para la preservación de los recursos turísticos.

### **SEMINARIOS**

Para la propuesta de educación ambiental se elaborará un programa de capacitación que estará direccionado a la comunidad, por medio de seminarios previamente preparados, los cuales tendrán temas a desarrollar como:

- **Manejo ambiental**

Se basará en charlas participativas con la comunidad, se enfocarán en un manejo adecuado de los recursos naturales y culturales; y el apoyo en el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

- **Proyectos agroecológicos**

Para evitar la deforestación ilegal, se pretende implementar un plan de manejo forestal basado en la organización y capacitación, en la realización de actividades agroecológicas que generen fuentes alternativas de ingresos y, en la reforestación con especies nativas.

- **Jornadas de reforestación**

En cada jornada, previo a la actividad de reforestación, se realizarán prácticas en el vivero sobre reproducción (manejo de semillas y estacas) y, plantación de especies forestales.

Luego de la reforestación la comunidad participará en talleres sobre temas como: la importancia de la conservación de la biodiversidad, uso eficiente del agua, especies en extinción, importancia de los suelos, la contaminación ambiental, etc.

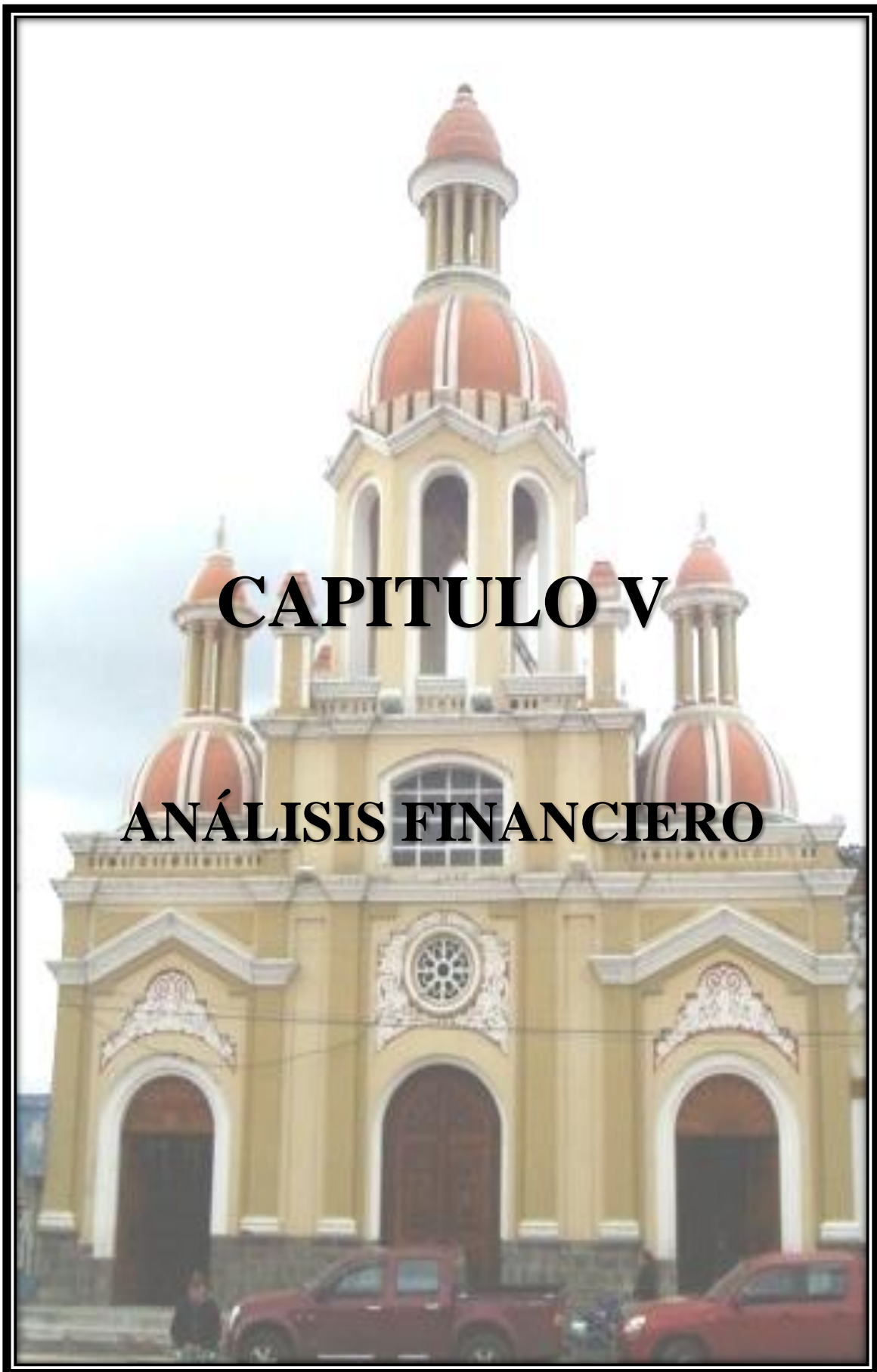
Los seminarios se impartirán cada mes, dos días a la semana; previa coordinación con la comunidad, complementándose con horas prácticas.

### **4.7.4. PROPUESTA DE VOLUNTARIADO**

Otra manera de impulsar al desarrollo turístico del lugar es obtener una valorización de los atractivos turísticos, que se podrá obtener mediante la participación de tesistas, científicos, estudiantes, que deseen realizar estudios y análisis; por lo que sería importante implementar un

programa de voluntariado que impulse la investigación respecto de la calidad del aire, del agua, del uso del suelo, de la producción orgánica, del compromiso de los habitantes de la zona, etc.

El programa de voluntarios tratará de ofrecer experiencias prácticas a personas interesadas en contribuir con los proyectos de conservación, de investigación y con las actividades mencionadas.



## **5.1. PLAN DE INVERSIONES**

El plan de inversiones es el monto de recursos que en forma de capital que requiere la empresa para materializarse y poder iniciar operaciones.

### **5.1.1. INVERSIÓN TOTAL**

La inversión para este proyecto es de \$ 969.981,98 que se encuentran distribuidos entre activos fijos, diferidos y capital de trabajo necesarios para la operación.

**CUADRO N° 28: INVERSIÓN TOTAL.**

<b>RUBRO</b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	
<b>Inversiones Fijas</b>		<b>833.056,88</b>
Terreno	50.000,00	
Construcción de Hostería	250.530,36	
Construcción de Complejo Turístico	283.183,11	
Construcción de Vivero	16.482,70	
Construcción Tarabita	75.545,71	
Construcción de Miradores	4.000,00	
Senderos Ecológico	19.250,00	
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00	
Adecuación de Centro de Información	1.500,00	
Capacitación	1.440,00	
Muebles y Enseres	128.125,00	
<b>Activos Diferidos</b>		<b>20.834,00</b>
Gastos de organización y constitución	1.000,00	
Gastos por estudios de factibilidad	7.500,00	
Gastos de promoción	11.834,00	
Imprevistos	500,00	
<b>Capital de Trabajo</b>		<b>116.091,10</b>
Sueldos y Salarios	116.091,10	
<b>TOTAL</b>		<b>969.981,98</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

## 5.1.2. CLASIFICACIÓN DE LAS INVERSIONES

### 5.1.2.1. ACTIVOS FIJOS

Son aquellos bienes que de manera permanente son propiedad de la empresa y son necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa, tienen una vida útil superior a un periodo operacional.

**CUADRO N° 29: ACTIVOS FIJOS.**

DETALLE	VALOR
Terreno	50.000,00
Construcción de Hostería	250.530,36
Construcción de Complejo Turístico	283.183,11
Construcción de Vivero	16.482,70
Construcción Tarabita	75.545,71
Construcción de Miradores	4.000,00
Senderos Ecológico	19.250,00
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00
Adecuación de Centro de Información	1.500,00
Capacitación	1.440,00
Muebles y Enseres	128.125,00
<b>TOTAL</b>	<b>833.056,88</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

### 5.1.2.2. ACTIVO DIFERIDO

Es considerado con un activo intangible, bienes económicos inmateriales de la propiedad de una persona, empresa u organización tales como patentes, marcas, derecho de llave, etc. Está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada por el tiempo.

Los activos diferidos están sujetos a ser amortizados, el valor amortizado se calcula en base a la vida útil del activo, y se registra en cada periodo, y se obtiene de la división del valor del costo para

el número de años. Para este proyecto el valor asciende a \$20.834 dólares de amortización de activos diferidos.

**CUADRO N° 30: ACTIVOS DIFERIDO.**

DETALLE	VALOR
Gastos de organización y constitución	1.000,00
Gastos por estudios de factibilidad	7.500,00
Gastos de promoción	11.834,00
Imprevistos	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>20.834,00</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

**5.1.2.3. CAPITAL DE TRABAJO**

Este rubro corresponde al valor que la empresa debe poseer en caja para cubrir los compromisos y gastos hasta que los genere la propia actividad económica y cubra dichos gastos.

**CUADRO N° 31: CAPITAL DE TRABAJO.**

DETALLE	VALOR
Sueldos y Salarios	116.091,10
<b>TOTAL</b>	<b>116.091,10</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

### 5.1.3. DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

**CUADRO N° 32: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS.**

DETALLE	VALOR	Depreciación anual	Valor residual
Terreno	50.000,00	-	-
Construcción de Hostería	250.530,36	1.252,65	62,63
Construcción de Complejo Turístico	283.183,11	1.415,92	70,80
Construcción Tarabita	75.545,71	377,73	18,89
Construcción de Vivero	16.482,70	1.648,27	82,41
Construcción de Miradores	4.000,00	400,00	20,00
Senderos Ecológico	19.250,00	1.925,00	96,25
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00	300,00	15,00
Adecuación de Centro de Información	1.500,00	150,00	7,50
Capacitación	1.440,00	-	-
Muebles y Enseres	128.125,00	12.812,50	640,63
<b>TOTAL</b>	<b>833.056,88</b>	<b>20.282,07</b>	<b>1.014,10</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

El termino depreciación se utiliza en el ámbito de la contabilidad y economía, y refleja una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

Sirve para dar a entender que las inversiones permanentes de la planta han disminuido en potencial de servicio. Para la contabilidad, la depreciación es una manera de asignar el costo de las inversiones a los diferentes ejercicios en los que se produce su uso o disfrute en la actividad empresarial. Los activos se deprecian basándose en criterios económicos, considerando el plazo que se usó en la actividad productiva, y su utilización efectiva en dicha actividad.

Para este proyecto las depreciaciones de los activos fijos son de \$20.282,07 por todo el proyecto.



#### **5.1.4. AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRE – OPERATIVOS.**

**CUADRO N° 33: AMORTIZACIÓN DE GASTOS PRE – OPERATIVOS.**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>	<b>AMORTIZACION</b>
Gastos de organización y constitución	1.000,00	100,00
Gastos por estudios de factibilidad	7.500,00	750,00
Gastos de promoción	11.834,00	1.183,40
Imprevistos	500,00	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>20.834,00</b>	<b>2.083,40</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

Los activos diferidos están sujetos a ser amortizados, constando el valor amortizado en base a la vida útil del activo, registrado en cada período, obteniéndolo de la división del valor del costo para el número de años.

Para nuestro proyecto el valor asciende a \$ 2.083.40 dólares de amortización de activos diferidos.

#### **5.1.5. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

**CUADRO N° 34: DETERMINACION DE COSTOS**

<b>COSTOS Y GASTOS</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	<b>126.328,60</b>		
Sueldos y Salarios	103.963,14		103.963,14
Depreciación Activos fijos	20.282,07	20.282,07	
Amortización de Activos Diferidos	2.083,40	2.083,40	
<b>Gastos de Venta</b>	<b>10.020,97</b>		
Sueldo de Repartidores	10.020,97	10.020,97	
<b>Gastos Financieros</b>	<b>49.546,57</b>		
Intereses Pagados	49.546,57	49.546,57	
<b>TOTAL</b>	<b>185.896,14</b>	<b>81.933,00</b>	<b>103.963,14</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>100%</b>	<b>44%</b>	<b>56%</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

En el cuadro de costos, podemos observar la división de los costos fijos y variables, el costo es de \$185.896,14 dólares, de los cuales el 44% pertenecen a los costos fijos, mientras que el sobrante 56% corresponde a los costos variables.

#### **5.1.5.1. Costos Fijos.**

Los Costos Fijos son aquellos cuyo monto total se modifica de acuerdo con la actividad de producción. En otras palabras, se puede decir que los costos fijos varían con el tiempo más que con la actividad, es decir, se presentarían en un período de tiempo aún cuando no haya actividad de producción. En el proyecto se tienen depreciaciones de activos fijos, amortizaciones de activos diferidos, sueldo de trabajadores, y otros.

#### **5.1.5.2. Costos Variables.**

Son aquellos que se modifican de acuerdo al volumen de producción, es decir si no hay producción no hay costos variables y viceversa.

### **5.2. ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL PROYECTO.**

Tomando en cuenta que este servicio es innovador en la parroquia de Julio Andrade, tenemos que la oferta total es de 20.880 para el primer año, y se proyecta un incremento del 15% de la oferta total para los años siguientes considerando que es un proyecto que tiene visión a futuro.

#### **5.2.1. CÁLCULO DE LA DEMANDA**

##### **CAPACIDAD INSTALADA**

Para la realización de la ruta de un día se contará con la participación de 375 personas semanales, tomando en cuenta que el circuito empieza a operar de martes a domingo. A estas 375 personas multiplicamos por 4 semanas al mes, que nos da como resultado 1.500 personas.

La demanda mensual de la ruta de un día es de 1500 personas, si multiplicamos la cantidad mensual por los 12 meses del año, nuestro total de demanda de la ruta uno es de **18.000** personas anuales.

Para la realización de la ruta de dos días se contará con la participación de 60 personas semanales, tomando en cuenta que el circuito empieza a operar de martes a domingo. A estas 60 personas multiplicamos por 4 semanas al mes, que nos da como resultado 240 personas.

La demanda mensual de la ruta de dos días es de 240 personas, si multiplicamos la cantidad mensual por los 12 meses del año, nuestro total de demanda de la ruta es de **2.880** personas anuales.

Al combinar la demanda de la ruta un día y dos días representa que la demanda total para el proyecto es de **11.693** personas anualmente, considerando que solo un 56% visiten el circuito turístico.

#### **CUADRO N° 35: CAPACIDAD INSTALADA**

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA TOTAL</b>	<b>PRECIOS TOTALES</b>	<b>INGRESOS TOTALES</b>
<b>2014</b>	11.693	47,77	178.013,22
<b>2015</b>	13.447	50,16	214.950,96
<b>2016</b>	15.464	52,67	259.553,28
<b>2017</b>	17.783	55,30	313.410,59
<b>2018</b>	20.451	58,07	378.443,29
<b>2019</b>	23.518	60,97	456.970,27
<b>2020</b>	27.046	64,02	551.791,60
<b>2021</b>	31.103	67,22	666.288,36
<b>2022</b>	35.769	70,58	804.543,19
<b>2023</b>	41.134	74,11	971.485,90

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

### **5.2.2. PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO POR RUTAS.**

#### **5.2.2.1 PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO RUTA 1 DÍA**

#### **CUADRO N° 36: PRECIO RUTA 1 DÍA**

<b>CF(Total)</b>	<b>CV(Total)</b>	<b>CF(Unitario)</b>	<b>CV(Unitario)</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>% de Ganancia</b>	<b>Ganancia Unitaria</b>	<b>Precio sin entradas</b>
65.922,02	48.187,80	3,81	2,79	6,60	20%	1,32	7,92

Precio sin entradas	Vivero	Tarabita	Precio Total
7,92	2,00	2,00	<b>11,92</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

El precio del paquete turístico para la ruta un día será de \$11.92 dólares para el primer año, que multiplicado por la inflación promedio de los últimos 5 años (5%) encontraremos que nuestro precio para el 2015 será de \$ 12.52 dólares.

### 5.2.2.2 PRECIO DEL PAQUETE TURÍSTICO RUTA 2 DIAS.

#### CUADRO N° 37: PRECIO RUTA 2 DIAS

CF(Total)	CV(Total)	CF(Unitario)	CV(Unitario)	COSTO TOTAL	% de Ganancia	Ganancia Unitaria	Precio sin entrada
68.590,59	67.903,30	3,97	3,93	7,90	50%	3,95	11,85

Precio	Complejo	Tarabita	Alojamiento	Vivero	Precio Total
11,85	5,00	2,00	15,00	2,00	<b>35,85</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

El precio del paquete turístico para la ruta dos día será de \$ 35.85 dólares para el primer año, que multiplicado por la inflación promedio de los últimos 5 años (5%) encontraremos que nuestro precio para el 2015 será de \$ 37.64 dólares.

### 5.3. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL

Es un informe financiero que refleja la situación del patrimonio de una entidad en un momento determinado. El estado de situación se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

El activo incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo son susceptibles de traer dinero a la empresa en el futuro, bien sea mediante su uso, su venta o su cambio, por el contrario, el pasivo muestra todas las obligaciones ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son naturalmente económicas: préstamos, compras con pago diferido, etc.

El patrimonio neto es el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos. El patrimonio neto o capital contable muestra también la capacidad que tiene la empresa de autofinanciarse.

**CUADRO N° 38: BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
<b>ACTIVO CIRCULANTE</b>	<b>116.091,10</b>	<b>PASIVO</b>	
<b>DISPONIBLE</b>	<b>116.091,10</b>	<b>A LARGO PLAZO</b>	
Caja	116.091,10	Préstamo	872.983,78
<b>ACTIVO FIJO TANJIBLE</b>	<b>853.890,88</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>872.983,78</b>
<b>TANGIBLES</b>	<b>833.056,88</b>		
Terreno	50.000,00	<b>PATRIMONIO</b>	
Construcción de Hostería	250.530,36	Aporte Social	96.998,20
Construcción de Complejo Turístico	283.183,11		
Construcción de Vivero	16.482,70		
Construcción Tarabita	75.545,71	<b>Total Patrimonio</b>	<b>96.998,20</b>
Construcción de Miradores	4.000,00		
Senderos Ecológico	19.250,00		
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00		
Adecuación de Centro de Información	1.500,00		
Capacitación	1.440,00		
Muebles y Enseres	128.125,00		
<b>INTANGIBLES</b>	<b>20.834,00</b>		
Gastos de organización y constitución	1.000,00		
Gastos por estudios de factibilidad	7.500,00		
Gastos de promoción	11.834,00		
Imprevistos	500,00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>969.981,98</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>969.981,98</b>

**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

#### **5.4. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Está conformado por los ingresos y gastos donde los ingresos están representados por todas las diferentes partidas de ingresos (ventas) que en un periodo determinado tiene la empresa y los gastos se refieren a los desembolsos que ha tenido la empresa durante el periodo. En este balance se detalla los ingresos que se van mediante la implementación de todos los proyectos, se tiene los gastos que incurre el proyecto como son los que presentamos a continuación: gastos administrativos y gastos de venta. La diferencia entre los ingresos y los gastos administrativos y de venta, nos da como resultado la utilidad operacional del proyecto.

**CUADRO N° 39: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos										
<b>Ventas</b>	<b>178.013,22</b>	<b>214.950,96</b>	<b>259.553,28</b>	<b>313.410,59</b>	<b>378.443,29</b>	<b>456.970,27</b>	<b>551.791,60</b>	<b>666.288,36</b>	<b>804.543,19</b>	<b>971.485,90</b>
Gastos Operacionales	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10	113.984,10
Gastos Administrativos	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14
Gastos de ventas	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97
Utilidad Antes de Interés	64.029,11	100.966,85	145.569,18	199.426,49	264.459,18	342.986,16	437.807,49	552.304,25	690.559,09	857.501,80
Gastos Financieros	90.322,84	84.540,59	78.112,83	70.967,52	63.024,53	54.194,83	44.379,43	33.468,28	21.339,06	7.855,80
Interés	90.322,84	84.540,59	78.112,83	70.967,52	63.024,53	54.194,83	44.379,43	33.468,28	21.339,06	7.855,80
<b>Utilidad Antes de Participaciones</b>	<b>-26.293,73</b>	<b>16.426,27</b>	<b>67.456,34</b>	<b>128.458,97</b>	<b>201.434,65</b>	<b>288.791,33</b>	<b>393.428,07</b>	<b>518.835,97</b>	<b>669.220,02</b>	<b>849.645,99</b>
15% de trabajadores	0,00	0,00	10.118,45	19.268,85	30.215,20	43.318,70	59.014,21	77.825,40	100.383,00	127.446,90
Utilidad Antes de Impuestos	-26.293,73	16.426,27	57.337,89	109.190,12	171.219,45	245.472,63	334.413,86	441.010,58	568.837,02	722.199,09
25% de impuesto a la renta	0,00	0,00	14.334,47	27.297,53	42.804,86	61.368,16	83.603,46	110.252,64	142.209,25	180.549,77
<b>Utilidad Para Accionistas</b>	<b>-26.293,73</b>	<b>16.426,27</b>	<b>43.003,42</b>	<b>81.892,59</b>	<b>128.414,59</b>	<b>184.104,47</b>	<b>250.810,39</b>	<b>330.757,93</b>	<b>426.627,76</b>	<b>541.649,32</b>
<b>Fuente:</b> Estudios Realizados.										
<b>Elaboración:</b> Jessica Capa y Karina Duarte.										

El estado de pérdidas y ganancias del primer año del proyecto refleja una pérdida de \$26.293,73, considerando que a partir del segundo año de ejecución del proyecto ya se obtendría una utilidad por un valor de \$ 16.426,27

## **5.5. CUADRO DE FUENTES Y USOS**

“La información sistematizada generada a través de los estudios de mercado, ingeniería, costos, inversiones y financiamiento debe ser ordenada y presentada integralmente en forma articulada a fin de tener una visión global el proyecto y su dinámica cronológica permitiéndonos analizar su comportamiento durante el horizonte de vida del mismo”.<sup>17</sup>

“En el cuadro de fuentes y usos se ratifica la íntima relación entre los diferentes componentes del proyecto, siendo sus antecedentes más cercanos el cronograma de inversiones y el presupuesto”<sup>18</sup>.

### **CUADRO N° 40: FUENTES Y USOS.**

<b>CUADRO DE FUENTES Y USOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>1</b>
<b>A. FUENTES</b>	
Aporte de Socios	96.998,20
Préstamo	872.983,78
<b>TOTAL DE FUENTES</b>	<b>969.981,98</b>
<b>B. USOS</b>	
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>833.056,88</b>
Terreno	50.000,00
Construcción de Hostería	250.530,36
Construcción de Complejo Turístico	283.183,11
Construcción de Vivero	16.482,70
Construcción Tarabita	75.545,71
Construcción de Miradores	4.000,00
Senderos Ecológico	19.250,00
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00
Adecuación de Centro de Información	1.500,00
Capacitación	1.440,00
Muebles y Enseres	128.125,00
<b>Activos Diferidos</b>	<b>20.834,00</b>
Gastos de organización y constitución	1.000,00
Gastos por estudios de factibilidad	7.500,00
Gastos de promoción	11.834,00
Imprevistos	500,00
<b>Capital de Trabajo</b>	<b>116.091,10</b>
Sueldos y Salarios	116.091,10
<b>TOTAL DE USOS</b>	<b>969.981,98</b>

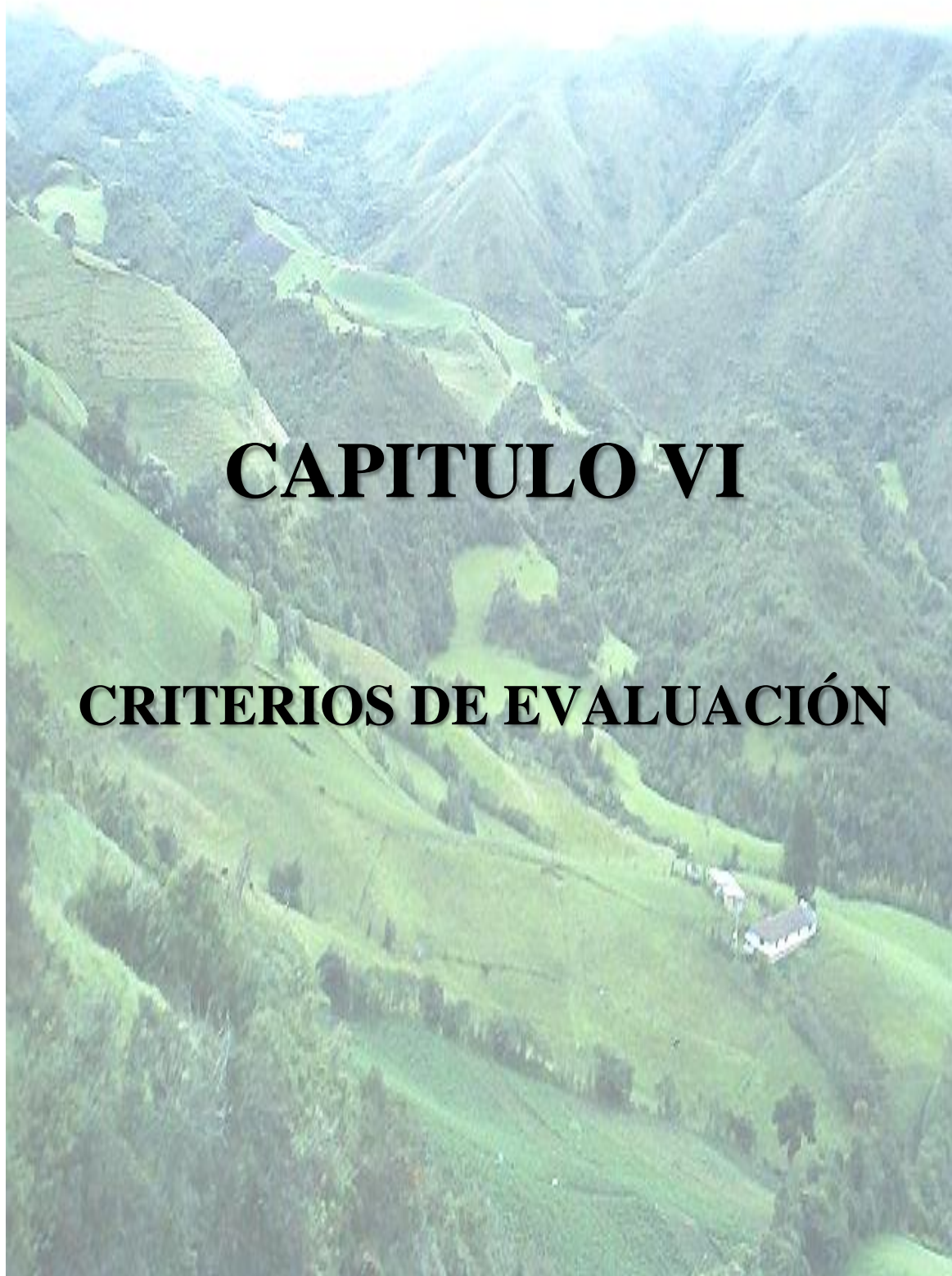
**Fuente:** Estudios realizados.

**Elaboración:** Jessica Capa y Karina Duarte.

<sup>17</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 135.

<sup>18</sup> Ibid.





## **CAPITULO VI**

### **CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

## 6.1 DESCRIPCIÓN.

“El objetivo de la evaluación financiera es fundamental la realización de un determinada inversión haciendo un balance de los beneficios y costos que le significa al propietario del capital utilizarlo en determinada actividad productiva desde su respectiva de inversionista privado cuyos objetivos claramente se dirigen a maximizar la rentabilidad en la utilización de sus recursos. Por lo tanto la evaluación privada mide los efectos directos de la inversión”<sup>19</sup>.

La evaluación financiera, permite medir la rentabilidad de un proyecto a través de criterios de decisión, tales como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y Análisis de Sensibilidad.

El criterio de evaluación de un proyecto es fundamental. Con la información de las tres etapas anteriores (estudio de mercado, estudio técnico, y estudio financiero), se procede a elaborar un análisis que permitirá saber si el proyecto es factible o no.

La evaluación del proyecto comprende cuatro etapas principales:

1. La evaluación técnica que estudia los aspectos físicos y tecnológicos del proyecto.
2. La evaluación financiera que estudia los aspectos monetarios del proyecto y la contribución al inversionista.
3. La evaluación económica que realiza la contribución del proyecto a la economía.
4. Evaluación social, que estudia el efecto del proyecto en la distribución del ingreso y ahorro nacional.

Los criterios de evaluación de un proyecto son: valor actual neto o valor presente neto, tasa de retorno, periodo de recuperación del capital o de la inversión y la relación costo-beneficio.

---

<sup>19</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 148.

## 6.2 FLUJO DE CAJA.

**CUADRO N° 41: FLUJO DE CAJA**

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ingresos</b>											
Ventas		178.013,22	214.950,96	259.553,28	313.410,59	378.443,29	456.970,27	551.791,60	666.288,36	804.543,19	971.485,90
Crédito	872.983,78										
Capital propio	96.998,20										
<b>Total de Ingresos</b>	<b>969.981,98</b>	<b>178.013,22</b>	<b>214.950,96</b>	<b>259.553,28</b>	<b>313.410,59</b>	<b>378.443,29</b>	<b>456.970,27</b>	<b>551.791,60</b>	<b>666.288,36</b>	<b>804.543,19</b>	<b>971.485,90</b>
<b>Egresos</b>	<b>969.981,98</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
Inversión Inicial	969.981,98										
Activo Fijo	833.056,88										
Activo Diferido	20.834,00										
Activo Circulante	116.091,10										
<b>Presupuesto de Operación</b>	<b>0,00</b>	<b>226.072,41</b>	<b>333.654,99</b>	<b>339.523,32</b>	<b>341.176,87</b>	<b>340.592,69</b>	<b>338.107,59</b>	<b>333.872,04</b>	<b>328.419,02</b>	<b>321.744,48</b>	<b>313.789,38</b>
Gastos Administrativos		103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14	103.963,14
Gastos de Ventas		10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97	10.020,97
Depreciación de Activo Fijo		20.282,07	133.646,90	133.646,90	133.646,90	133.646,90	133.646,90	133.646,90	133.646,90	133.646,90	133.646,90
Amortización de activo diferido		1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40	1.483,40
Gastos Financieros		90.322,84	84.540,59	78.112,83	70.967,52	63.024,53	54.194,83	44.379,43	33.468,28	21.339,06	7.855,80
15% de Trabajadores		0,00	0,00	5.088,03	8.728,95	11.773,97	14.399,32	16.708,23	18.966,76	21.223,87	23.511,38
25% de Impuesto a la Renta		0,00	0,00	7.208,05	12.366,01	16.679,79	20.399,04	23.669,99	26.869,58	30.067,15	33.307,79
<b>Total de Egresos</b>	<b>969.981,98</b>	<b>226.072,41</b>	<b>333.654,99</b>	<b>339.523,32</b>	<b>341.176,87</b>	<b>340.592,69</b>	<b>338.107,59</b>	<b>333.872,04</b>	<b>328.419,02</b>	<b>321.744,48</b>	<b>313.789,38</b>
Utilidad neta	0,00	-26.293,73	16.426,27	43.003,42	81.892,59	128.414,59	184.104,47	250.810,39	330.757,93	426.627,76	541.649,32
(+) Depreciación de Activo Fijo		13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92	13.267,92
(+) Amortización Activo diferido		342,50	342,50	342,50	342,50	342,50	342,50	342,50	342,50	342,50	342,50
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>-12.683,31</b>	<b>30.036,69</b>	<b>56.613,84</b>	<b>95.503,01</b>	<b>142.025,01</b>	<b>197.714,90</b>	<b>264.420,82</b>	<b>344.368,36</b>	<b>440.238,19</b>	<b>555.259,74</b>
Fuente: Estudios Realizados.											
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.											

### 6.3. VALOR ACTUAL NETO

“El Método del Valor Actual Neto (VAN) o Valor Presente Neto (VPN) es la expresión, en términos actuales, de todos los ingresos y egresos (flujo de fondos) que se producen durante el horizonte de vida del proyecto y representa el total de los recursos líquidos que quedan a favor de la empresa al final de su vida útil”<sup>20</sup>.

“Para facilitar los cálculos los flujos de inversiones costos y gastos y de ingresos y valores residuales pueden expresarse a través de un solo flujo neto al cual se lo expresara en términos de valor actual utilizando la tasa de interés pertinente”<sup>21</sup>

Según esto la fórmula del VAN sería:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{Vt}{(1+k)^t} - I_o$$

$V_t$  = Representa los flujos de caja en cada periodo  $t$ .

$I_o$  = Representa la inversión inicial del proyecto.

$n$  = Es el número de periodos considerados para el proyecto.

$K$  = El tipo de interés.

Para la aplicación del Valor Actual Neto es necesario determinar una tasa de descuento, la misma que constituye el costo de oportunidad del proyecto, en este caso se utilizara la tasa pasiva, la inflación acumulada y el riesgo país.

---

<sup>20</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 162.

<sup>21</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 164.

**CUADRO N° 42: VAN**

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>FLUJO NETO</b>	-872.983,78	-12.683,31	30.036,69	56.613,84	95.503,01	142.025,01	197.714,90	264.420,82	344.368,36	440.238,19	555.259,74
<b>FACTOR</b>	(1,1)^0	(1,12)^1	(1,12)^2	(1,12)^3	(1,12)^4	(1,12)^5	(1,12)^6	(1,12)^7	(1,12)^8	(1,12)^9	(1,12)^10
<b>FLUJO DESCONTADO</b>	-872.983,78	-11.324,38	23.945,06	40.296,61	60.693,89	80.588,81	100.168,52	119.610,55	139.084,60	158.754,30	178.778,78
<b>FLUJOS ACTUALES ACUMULADOS</b>	-872.983,78	-884.308,17	-860.363,10	-820.066,49	-759.372,60	-678.783,79	-578.615,27	-459.004,72	-319.920,12	-161.165,81	17.612,96
<b>VAN</b>	<b>17.612,96</b>										
Fuente: Estudios Realizados.											
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.											

#### 6.4. TASA INTERNA DE RETORNO

“La tasa Interna de Retorno (TIR), es aquella que al aplicarla en la actualización de los flujos de beneficios y costos hacen que la diferencia entre los mismos, en términos de valores actuales, sea igual a cero”<sup>22</sup>.

“La TIR es el producto de las características de los flujos del mismo proyecto y para su cálculo no necesita adoptar ninguna variable ajena al mismo. Es decir el resultado del cálculo es una tasa que refleja el comportamiento de los flujos y en definitiva del proyecto”<sup>23</sup>.

La interpolación para encontrar la TIR se realiza utilizando la siguiente fórmula:

$$TIR = tm + \frac{VAN\ tm}{VAN\ tm + VAN\ TM} TM - tm$$

---

<sup>22</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 167.

<sup>23</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 169.

**CUADRO N° 43: TASA INTERNA DE RETORNO MENOR.**

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>FLUJO NETO</b>	-872.983,78	-12.683,31	30.036,69	56.613,84	95.503,01	142.025,01	197.714,90	264.420,82	344.368,36	440.238,19	555.259,74
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	$(1,12)^0$	$(1,12)^1$	$(1,12)^2$	$(1,12)^3$	$(1,12)^4$	$(1,12)^5$	$(1,12)^6$	$(1,12)^7$	$(1,12)^8$	$(1,12)^9$	$(1,12)^{10}$
<b>FLUJO ACTUALIZADO NETO</b>	-872.983,78	-11.324,38	23.945,06	40.296,61	60.693,89	80.588,81	100.168,52	119.610,55	139.084,60	158.754,30	178.778,78
<b>FLUJOS ACTUALES ACUMULADOS</b>	-872.983,78	-884.308,17	-860.363,10	-820.066,49	-759.372,60	-678.783,79	-578.615,27	-459.004,72	-319.920,12	-161.165,81	17.612,96
<b>TIR menor</b>	<b>17.612,96</b>										
Fuente: Estudios Realizados.											
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.											

[156]

La tasa interna de retorno menor del proyecto es de 12%, con e6a tasa de descuento el proyecto da un valor de \$ 17.612,96 dólares.

**CUADRO N° 44: TASA INTERNA DE RETORNO MAYOR**

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>FLUJO NETO</b>	-872.983,78	-12.683,31	30.036,69	56.613,84	95.503,01	142.025,01	197.714,90	264.420,82	344.368,36	440.238,19	555.259,74
<b>TASA DE DESCUENTO</b>	$(1,125)^0$	$(1,125)^1$	$(1,125)^2$	$(1,125)^3$	$(1,125)^4$	$(1,125)^5$	$(1,125)^6$	$(1,125)^7$	$(1,125)^8$	$(1,125)^9$	$(1,125)^{10}$
<b>FLUJO ACTUALIZADO NETO</b>	-872.983,78	-11.274,05	23.732,69	39.761,71	59.622,06	78.813,79	97.526,86	115.938,58	134.215,62	152.515,86	170.990,10
<b>FLUJOS ACTUALES ACUMULADOS</b>	-872.983,78	-884.257,84	-860.525,14	-820.763,43	-761.141,37	-682.327,58	-584.800,72	-468.862,13	-334.646,52	-182.130,65	-11.140,56
<b>TIR MAYOR</b>	<b>-11.140,56</b>										
Fuente: Estudios Realizados.											
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.											

[157]

La tasa interna de retorno mayor del proyecto es de 12.5 %, con esa tasa de descuento el proyecto da un valor negativo de \$- 11.140,56 dólares.



## 6.5. EVALUACION BENEFICIO – COSTO.

### RELACIÓN BENEFICIO COSTO.

“Este coeficiente obedece al criterio general de medir la bondad de un proyecto a través de relacionar sus ventajas y sus desventajas y por lo tanto ofrece amplias posibilidades de aplicación según sea el objetivo de la evaluación”<sup>24</sup>.

Para la aceptación del proyecto se considera:

- B/C mayor a 1 el proyecto es realizable
- B/C igual a 1 es indiferente realizar el proyecto
- B/C menor a 1 se debe rechazar el proyecto

### CALCULO

$$\text{Relación B/C} = \frac{\text{Sumatoria de Ingresos}}{\text{Sumatoria de Egresos}}$$

---

<sup>24</sup> GUERRERO, M. Mario; Perfil de la Factibilidad; Editorial: Maste`s Editores; Pag: 170.

CUADRO N° 45: RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INVERSION TOTAL	872.983,78										
FLUJO DE CAJA		-12.683,31	30.036,69	56.613,84	95.503,01	142.025,01	197.714,90	264.420,82	344.368,36	440.238,19	555.259,74
FACTOR DE ACTUALIZACION		(1,12)^1	(1,12)^2	(1,12)^3	(1,12)^4	(1,12)^5	(1,12)^6	(1,12)^7	(1,12)^8	(1,12)^9	(1,12)^10
FLUJO ACTUALIZADO		-11.324,38	23.945,06	40.296,61	60.693,89	80.588,81	100.168,52	119.610,55	139.084,60	158.754,30	178.778,78
TOTAL DEL FLUJO ACTUALIZADO	890.596,75										
RELACION BENEFICIO-COSTO	1,02										
Fuente: Estudios Realizados.											
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.											

La relación B/C es de 1.02 mayor a la unidad, lo que significa que el proyecto debe ser aceptado



# **CAPITULO VII**

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## CONCLUSIONES

1. La Parroquia de Julio Andrade, Cantón Tulcán, Provincia del Carchi es poseedora de una encantadora biodiversidad debido a su ubicación geográfica, concentrando una variedad de atractivos naturales, culturales, religiosos e históricos de gran valor para la identidad de la población; recursos que no han sido aprovechados en la parroquia, pese a su proximidad con la ciudad de Tulcán la cual facilita la llegada de turistas tanto nacionales como extranjeros.
2. Se puede apreciar que el turismo como actividad económica dentro de la parroquia se encuentra en una etapa de introducción, ya que, no se ha desarrollado ninguna actividad turística a lo largo de su historia, demostrando de esta forma la poca preocupación de las autoridades pertinentes para implementar esta actividad. Cabe resaltar que en la actualidad tanto la población como las autoridades parroquiales demuestran un gran interés para desarrollar este tipo de actividades turísticas, por el hecho de poseer una gran diversidad de atractivos tanto en su entorno natural, expresiones culturales y la calidez de su gente, despertando de esta manera el afán de vislumbrar al turismo como una alternativa que supere la agricultura y ganadería fuentes de ingreso tradicional en la parroquia.
3. La infraestructura turística enfocada en el hospedaje y alimentación es escasa, no cubre las necesidades de los habitantes y mucho menos de los turistas; la parroquia cuenta únicamente con un lugar que presta servicio de alojamiento, ya que el otro está en construcción; en lo referente a la alimentación no existen los suficientes lugares que pueda satisfacer los requerimientos turísticos y estándares de calidad que se exigen; convirtiéndose de esta manera en un problema que impide el emprendimiento de turístico. Esta propuesta para generar infraestructura turística permitirá el incremento en los ingresos para las familias de la parroquia.
4. El turismo por ser una actividad económica altamente dinámica, se caracteriza por poseer un ambiente integrador y multidisciplinario, permite convertirse en un catalizador de desarrollo económico debido a los enlaces interseccionales que posee, no obstante, la actividad turística como cualquier otra actividad que se enmarque dentro de lo económico genera una sucesión de efectos tanto positivos como negativos, por lo que se debe articular dentro de los parámetros de un turismo sostenible para que se desarrolle una plena armonía entre el entorno natural, la infraestructura turística y evidentemente el turista. Por este

motivo se debe crear una conciencia turística y ambiental que busque la conservación del medio ambiente logrando de esta manera alcanzar ese desarrollo turístico sustentable y responsable tan anhelado pues como se ha podido evidenciar a lo largo de esta investigación, es necesario mantener criterios de armonía medio ambiental y equidad intergeneracional.

5. Se recomienda al Gobierno Parroquial conformar un departamento para el manejo y desarrollo turístico, en el cual se planifique los proyectos a ejecutar en el mediano y largo plazo, además se diseñe paquetes turísticos mediante la incorporación de nuevas rutas y destinos turísticos enmarcados con las disposiciones legales, que cuenten con la participación de los pobladores y autoridades competentes con el fin de generar nuevas alianzas estratégicas con entidades del Gobierno Central, Municipal, Provincial y con instituciones privadas de la zona, para hacerlos co-responsables del proyecto y de esta manera brinden su colaboración para la ejecución de estos proyectos de creación de la oferta turística.
6. Julio Andrade por ser un poseedor de un gran potencial natural y cultural está en la capacidad de desarrollar una gran cantidad de actividades turísticas sobre todo al aire libre, las mismas que pueden ser aprovechadas para crear conciencia de la importancia que tiene la conservación, preservación y adecuado manejo de los recursos existentes.
7. En la parroquia existe desconocimiento tanto de las autoridades como de las comunidades sobre las disposiciones legales con respecto al turismo. Además, no existe una planificación turística que pueda convertir a la parroquia en un lugar de éxito turístico, pues tanta riqueza paisajística aún no ha sido explotada de manera provechosa.
8. Asimismo, existen varios segmentos de la demanda turística nacional que pueden ser satisfechos mediante la creación de oferta turística en la parroquia de Julio Andrade, por la gran variedad de actividades que se pueden realizar en la zona con la creación de este circuito turístico.
9. El concepto de sostenibilidad deberá ser el denominador común de todos los involucrados tanto en proyecto, programas y servicios que se encuentren enfocados en el desarrollo turístico.

10. Es importante además tomar en cuenta el creciente interés que tienen los jóvenes por el desarrollo turístico, ya que podrían ser ellos quienes apoyen y se involucren directamente en el turismo y, además pueden generar nuevos proyectos y aportar con ideas para un positivo avance turístico.
11. La comunidad en general se encuentra dispuesta a involucrarse en el desarrollo turístico y los efectos socioeconómicos llegaran a ser mucho más evidentes una vez que demuestren la capacidad de autogestión que debe desarrollar e impulsar la población, para lo cual es muy significativo el apoyo inquebrantable de los organismos nacionales e internacionales.
12. Es importante también tomar en cuenta el rol que podría desempeñar la empresa privada en este desarrollo, ya que ellos serían un apoyo fundamental en la comercialización y difusión turística.
13. Se debe delegar a organismos competentes y responsables para la administración, manejo y control de un área tan importante como lo es el Circuito Turístico el mismo que al ser complementado adecuadamente, destaca los atributos que tiene, permitiendo presentar una alternativa diferente para el turismo.
14. Es importante que el Gobierno Parroquial cuente con el apoyo de instituciones como el Ministerio de Turismo, Municipio del Cantón Tulcán, Gobierno Provincial del Carchi para el financiamiento de infraestructura turística, capacitación de guías, dotación de señalización turística, apertura de vías de acceso y amplia difusión de los atractivos turísticos
15. Nuestro país cuenta con una demanda turística que se centra en el turista nacional y un porcentaje simboliza al turismo extranjero, esto se explica en gran medida a que no existe promoción ni difusión de los atractivos turísticos, tomando en cuenta estos antecedentes la parroquia al crear nuevos servicios turísticos debe contar con la presencia de líderes comunitarios que tomen la iniciativa para la elaboración de planes de desarrollo turísticos que promuevan el desarrollo de la parroquia mediante la planificación de un turismo sostenible. El proceso de desarrollo turístico, como todo proceso, debe ser planificado y organizado a mediano y largo plazo y contar con la participación del sector privado, sector público y la población para obtener los resultados esperados. Además se debe enfocar en una adecuada difusión turística.

16. Las alianzas estratégicas que se podrían conformar en el tema turístico constituye uno de los hechos más importantes, pues la consolidación existente entre los actores locales, autoridades, representantes de organizaciones privadas, públicas y ONG's , que se comprometan a desarrollar la actividad turística con un enfoque comunitario , en el cual los principales beneficiarios sean los pobladores, buscando de esta manera aunar esfuerzos para la consecución de las actividades turísticas enmarcadas en la responsabilidad y preservación de los recursos naturales y culturales, designando como líder de este proyecto al Gobierno Parroquial.
17. El turismo en la parroquia puede señalarse como un producto integral que se ajusta a las exigencias del turista que busca diversificar su entretenimiento con actividades en las cuales conjugué variedad de tipos de turismo: cultural, de aventura, ecológico y deportivo. Adicionalmente, existe un amplio potencial de aprovechamiento turístico que surge de la sensatez existente, tanto en las preferencias expresadas desde el perfil del turista hacia el desarrollo de actividades enmarcadas en el turismo, como en la posibilidad efectiva de desarrollar estos tipos de turismo al interior de la parroquia, gracias a los atractivos tanto naturales como culturales existentes,
18. A través del desarrollo del presente estudio se pretende crear, fortalecer y enriquecer la oferta turística en la parroquia de Julio Andrade, mediante el impulso y desarrollo del potencial turístico preexistente, considerando que este desarrollo turístico debe encaminarse siempre hacia un mejoramiento equitativo de los niveles de ingreso, que posibilite que la población inmersa, recorrer los senderos del buen vivir de forma digna y en armonía con la naturaleza.

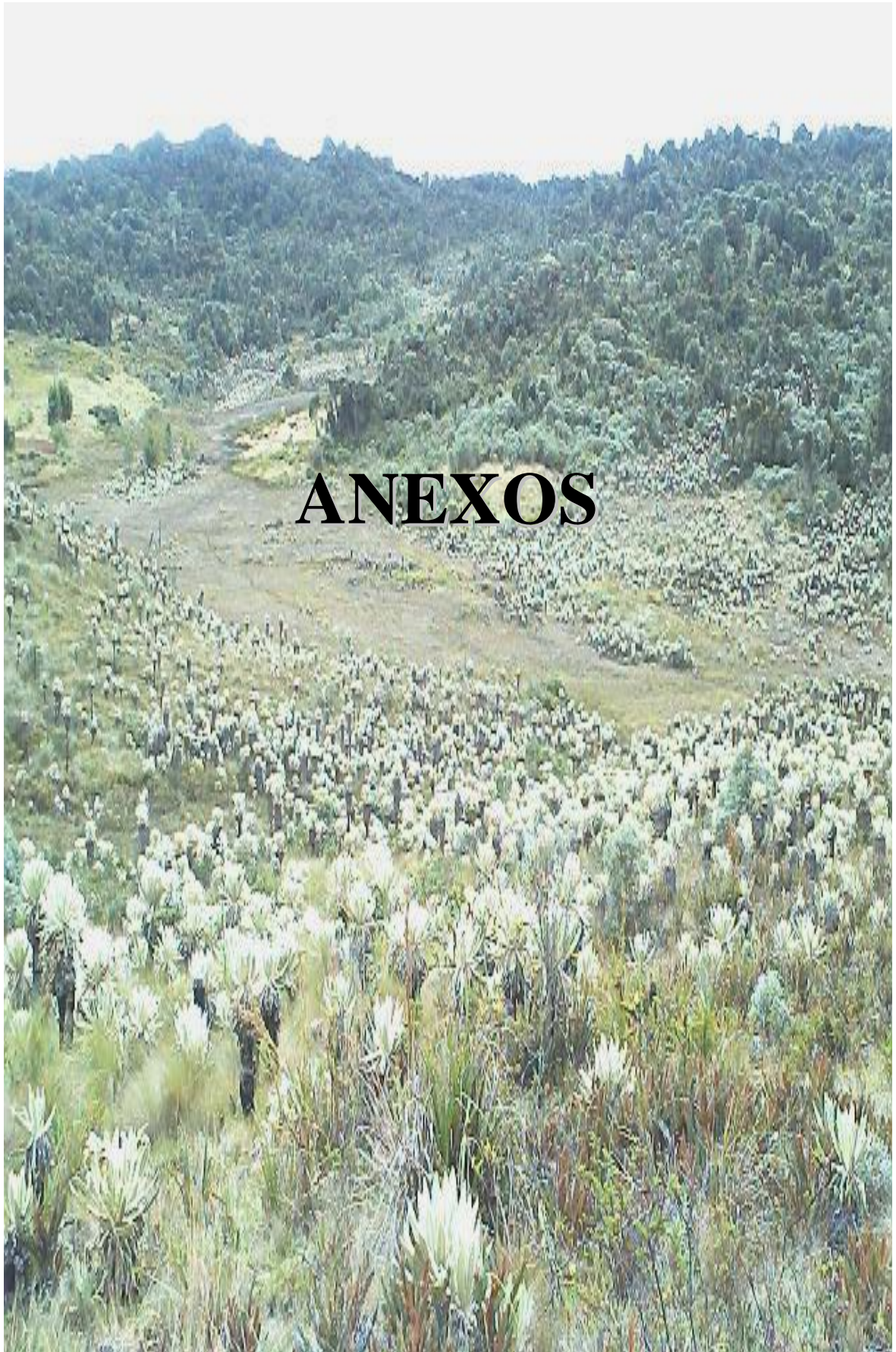
## RECOMENDACIONES

1. Es preciso que la población tenga un importante conocimiento de los atractivos turísticos que posee, ya que esto permitirá proyectar una imagen publicitaria de la parroquia empezando por sus propios pobladores, en el que se incluyan charlas de capacitación para de esta manera facilitar el acceso a la información tanto para los turistas nacionales y extranjeros, de tal modo que beneficie directamente a las comunidades y personas que desarrollan la actividad turística.
2. Es necesario gestionar la apertura de partidas presupuestarias, encaminadas al desarrollo turístico de las parroquias del cantón que deben incluirse dentro del presupuesto general esbozado por el Gobierno Municipal, para poder brindar asistencia técnica y capacitación para el diseño, ejecución y evaluación de proyectos que permitan configurar el fortalecimientos de asociaciones comunitarias, enfocados a la comercialización de los productos turísticos y artesanales.
3. Se recomienda diseñar programas de capacitación permanente para la creación e implementación de alojamientos turísticos y centros gastronómicos. Como se pudo establecer, uno de los factores críticos que inciden en la oferta turística de la parroquia, es precisamente la insuficiente infraestructura, tanto de hospedaje como gastronómica.
4. Se debe crear una conciencia turística y ambiental en la población para lograr un desarrollo turístico sustentable, que involucre a todos los sectores del cantón y que busque la conservación del medio ambiente. Pues como se ha podido evidenciar a lo largo de esta investigación, el turismo a pesar de ser una actividad altamente dinámica por su capacidad eslabonadora de una serie de actividades económicas, debe ser orientada por los senderos del turismo sustentable, para que permita mantener criterios de armonía medio ambiental y equidad intergeneracional.
5. Al realizar el levantamiento de información para el inventario de atractivos turísticos se pudo evidenciar la falta de todo tipo de infraestructura turística para alcanzar a los atractivos naturales, esto ha impedido que el turista llegue admirar las bellezas existentes, para lo cual es necesario desarrollar conjuntamente con la población actividades que permitan crear, conservar y mantener estos sitios y desarrollar su infraestructura, facilitando de esta manera la actividad turística.



6. Las autoridades que conforman el Gobierno Parroquial deben diseñar estrategias que mejoren la promoción de los atractivos turísticos a través del manejo de material publicitario tales como: trípticos, volantes, tarjetas de presentación, creación de una página web, y la participación de ferias organizadas por el Ministerio de Turismo.
7. Es prioritario diseñar programas que informen a la ciudadanía de todos los aspectos legales, además desarrollar un correcto y bien planificado plan de manejo ambiental, pues será el que asegure un producto turístico que perdure a lo largo de las generaciones, y que brinde a la población una mejor condición de vida.
8. El ecoturismo, turismo ambiental o turismo comunitario, son las nuevas modalidades de turismo que se están desarrollando y proliferando en el Ecuador; es por ello que se convierte en indispensable la creación de nuevos sitios turísticos a lo largo de nuestro país que cuenten con todos los servicios esenciales, que permitan cumplir con las expectativas que tiene un turista tanto nacional como extranjero.
9. Se debe trabajar de manera mancomunada con el Gobierno Parroquial, las organizaciones locales tanto públicas como privadas, para mejorar las condiciones económicas y sociales de la población, promover y difundir el Patrimonio Cultural, preservar la identidad por medio de sus costumbres, tradiciones, manifestaciones culturales, religiosas, fiestas, medicina ancestral y gastronomía.
10. De la misma manera, es necesario programar talleres de capacitación y mejoramiento continuo para todo el personal, de esta forma se asegura ofrecer un servicio de calidad y calidez para los visitantes.
11. Se debe imprimir el material informativo en el que consten: mapas, trípticos y hojas volantes, mismas que serán distribuidas en las oficinas de información turística local y nacional, así mismo los mapas se colocarán en las terminales terrestres y aéreas de la región y en las agencias de viajes.
12. Habrá que fortalecer el Departamento de Turismo, Ambiente y Cultura para mejorar su capacidad de gestión, y que se responsabilicen en el avance turístico y sobretodo se comprometan con la comunidad a mejorar su calidad de vida.

13. Es necesario poner en marcha programas de capacitación a los prestadores de servicios, desde sus propietarios hasta el personal de operación, con el fin de que se garantice el correcto avance de esta actividad y se brinde un servicio de calidad al consumidor.
14. Desarrollar planes operativos de mercadeo, finanzas y administrativos para estructurar acciones de ejecución, encaminadas a lograr la misión y visión planteadas.
15. Obtener financiamiento directo de la Corporación Financiera Nacional que tiene la tasa activa más baja del mercado, al menos para el desarrollo del proyecto inicial.
16. Se plantea la gestión de espacios gratuitos en página web a través de la conexión por un link de información digital ubicada en las principales páginas institucionales, con la finalidad de llegar con la información a la mayor cantidad de usuarios posible.
17. Si bien es cierto que el turismo genera altos ingresos, se debe planificar el aprovechamiento de estos para el mejoramiento de la infraestructura de la zona, en las cuales se realice el turismo.
18. Finalmente, mejorando la calidad y diversificando la oferta turística se logrará hacer una buena competencia a la planta turística de otras ciudades y regiones, haciendo que cada día arriben más turistas a la parroquia, además de que elijan pernoctar en la misma por más de un día.





## ANEXO N° 1 ENCUESTA.



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS  
ESCUELA DE ECONOMIA



Numero de Cuestionario

ENCUESTA DIRIGIDA A LA OFERTA TURISTICA PARA CREAR DEMANDA EN LA PARROQUIA JULIO ANDRADE, CANTÓN TULCÁN, PROVINCIA DEL CARCHI.

La información recolectada es estrictamente confidencial y será utilizada únicamente con fines estadísticos y de manera agregada

1. ¿Cuál es su promedio de Ingresos Mensual?

Menos de 100 dólares	
De 100 a 250	
De 250 a 400	
De 400 a 550	
Más de 550	

2. ¿Cuál es el gasto mensual familiar?

Menos de 100 dólares	
De 100 a 250	
De 250 a 400	
De 400 a 550	
Más de 550	

3. ¿Qué tan importante es para usted conservar la naturaleza o biodiversidad?

Muy importante	
Importante	
De menor importancia	
Sin importancia	

4. ¿Según usted qué tipo de turismo prefieren los turistas

Turismo Ecológico	
Turismo de Aventura	
Turismo Cultural	
Turismo Deportivo	
Agroturismo	
Turismo Investigativo	

5. Según su opinión que atractivos turísticos prefieren los turistas

Cascadas	
Montañas	
Ríos	
Bosques	
Fiestas culturales	
Otros	

6. ¿Según su opinión que factores consideran los turistas para visitar la parroquia?

El Clima	
La Higiene	
El Costo del Viaje	
Las Fiestas	
La seguridad	
Los atractivos turísticos	
Trato y acogida	
El Entretenimiento	
La Comida Típica	

7. ¿Según su opinión qué tipo de comida prefieren los turistas?

Comida típica	
Comida rápida	
Truchas	
Fritada/Hornado	
Parrilladas	
Otros	

8. ¿Según su opinión qué tipo de Alojamiento prefieren los turistas?

Vivienda propia	
Cabañas	
Vivienda en alquiler	
Hoteles	
Camping	
Otros	

9. ¿En qué temporada prefiere hacer turismo?

Entre semana	
Fin de semana	
Feriados	
Vacaciones	

10. ¿Qué actividades realizaría en su visita?

Caminatas	
Descanso	
Piscina	
Otros	

11. ¿Qué medios publicitarios prefieren para promocionar los sitios turísticos?

Radio	
Periódico	
Revista	
Internet	
Ferias y eventos	
TV	
Folletos	

12. ¿Conoce usted algún atractivo turístico que se podría explotar dentro de la parroquia?

SI ☐ NO ☐

---

13. ¿Estaría usted dispuesto a contribuir con la propuesta de implementar Turismo Comunitario en la Parroquia?



SI ☐ NO ☐



14. ¿En qué actividad podría participar usted?

Brindar hospedaje	
Guía turístico	
Venta de artesanía	
Preparación de alimentos	
Venta de productos	
Otros	

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

ANEXO N° 2 FICHA DE INVENTARIO

		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS			
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS					
MINISTERIO DE TURISMO					
<b>1. DATOS GENERALES</b>					
ENCUESTADOR:				FICHA No.	
SUPERVISOR EVALUADOR:				FECHA :	
NOMBRE DEL ATRACTIVO:					
PROPIETARIO:					
CATEGORÍA:		TIPO:		SUBTIPO:	
<b>2. UBICACIÓN</b>		<b>LATITUD:</b>		<b>LONGITUD:</b>	
PROVINCIA:		CANTÓN:		LOCALIDAD:	
CALLE:		NÚMERO:		TRANSVERSAL:	
<b>3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>					
NOMBRE DEL POBLADO:				DISTANCIA(km):	
NOMBRE DEL POBLADO:				DISTANCIA(Km):	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>					
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  I N T R I N S E C O</b>	ALTURA(m.s.n.m.):		TEMPERATURA (°C):	
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm³):			

																																																																																																																																																					
		MINISTERIO DE TURISMO																																																																																																																																																			
<b>C A L I D A D</b>	<b>V A L O R  E X T R I N S E C O</b>	<b>5. USOS (SIMBOLISMO)</b>																																																																																																																																																			
<b>A P O Y O</b>		<b>6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO</b>																																																																																																																																																			
		ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____ <b>6.1 PATRIMONIO (Atractivos Culturales)</b> Nombre: _____ Fecha de Declaración: _____ Categoría: Património de la Humanidad <input type="checkbox"/> Património del Ecuador <input type="checkbox"/> <b>7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO</b> ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____																																																																																																																																																			
		<b>8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO</b>																																																																																																																																																			
		<table><thead><tr><th rowspan="2">TIPO</th><th rowspan="2">SUBTIPO</th><th colspan="3">ESTADO DE LAS VÍAS</th><th rowspan="2">TRANSPORTE</th><th colspan="4">FRECUENCIAS</th><th colspan="2">TEMPORALIDAD DE ACCESO</th></tr><tr><th>B</th><th>R</th><th>M</th><th>DIARIA</th><th>SEMANAL</th><th>MENSUAL</th><th>EVENTUAL</th><th>DIAS AL AÑO</th></tr></thead><tbody><tr><td rowspan="3">TERRESTRE</td><td>ASFALTADO</td><td></td><td></td><td></td><td>BUS</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>LASTRADO</td><td></td><td></td><td></td><td>AUTOMOVIL</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>EMPEDRADO</td><td></td><td></td><td></td><td>4X4</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td rowspan="3">ACUATICO</td><td>SENDERO</td><td></td><td></td><td></td><td>TREN</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>MARITIMO</td><td></td><td></td><td></td><td>BARCO</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>FLUVIAL</td><td></td><td></td><td></td><td>BOTE</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td rowspan="3">AEREO</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>CANOA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>OTROS</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td>AVION</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td>AVIONETA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td colspan="2"></td><td colspan="2"></td><td></td><td>HELICOPTEROS</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></tbody></table> Observaciones:		TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		B	R	M	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS							LASTRADO				AUTOMOVIL							EMPEDRADO				4X4							ACUATICO	SENDERO				TREN							MARITIMO				BARCO							FLUVIAL				BOTE							AEREO					CANOA											OTROS											AVION												AVIONETA												HELICOPTEROS						
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS				TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO																																																																																																																																										
		B	R	M	DIARIA		SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DIAS AL AÑO																																																																																																																																											
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS																																																																																																																																																
	LASTRADO				AUTOMOVIL																																																																																																																																																
	EMPEDRADO				4X4																																																																																																																																																
ACUATICO	SENDERO				TREN																																																																																																																																																
	MARITIMO				BARCO																																																																																																																																																
	FLUVIAL				BOTE																																																																																																																																																
AEREO					CANOA																																																																																																																																																
					OTROS																																																																																																																																																
					AVION																																																																																																																																																
					AVIONETA																																																																																																																																																
					HELICOPTEROS																																																																																																																																																

REGISTRO DE DATOS DE LOS SERVICIOS TURISTICOS  
FICHA PARA INVENTARIO DE SERVICIOS TURISTICOS

1. DATOS GENERALES	
Encuestador: _____	Ficha # _____
Supervisor Evaluador: _____	Fecha: _____
Nombre del Servicio: _____	
Propietario: _____	
Categoría: _____	

2. UBICACION	
Provincia: _____	Cantón: _____ Comunidad: _____
Calle: _____	No. (Lote): _____ Transversal: _____

3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL SERVICIO	
Nombre del Poblado: _____	Ubicación: _____

4. INFRAESTRUCTURA BASICA	
<u>AGUA</u>	
Potable <input type="checkbox"/>	Entubada <input type="checkbox"/> Tratada <input type="checkbox"/> De Pozo <input type="checkbox"/> No Existe <input type="checkbox"/>
<u>ENERGIA ELECTRICA</u>	
Sistema Interconectado <input type="checkbox"/>	Generador <input type="checkbox"/> No Existe <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>
<u>SERVICIO TELEFONICO</u>	
Si Dispone <input type="checkbox"/>	No Dispone <input type="checkbox"/>

5. CARACTERISTICA DE LA INFRAESTRUCTURA	
Piso: _____	
Paredes: _____	
Techo: _____	
Observaciones: _____	

6. PRECIO	
Observación: _____	
_____	

7. ASOCIACION CON OTROS SERVICIOS TURISTICOS O ATRACTIVO TURISTICO	
Nombre: _____	Distancia: _____
Nombre: _____	Distancia: _____
Nombre: _____	Distancia: _____

8. DIFUSION DEL SERVICIO TURISTICO	
Local: _____	Nacional: _____
Provincial: _____	Internacional: _____
Otros: _____	

9. OFERTA DE SERVICIO	
_____	
_____	
_____	
_____	
_____	



ANEXO N° 3 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS POR AÑOS.

DESCRIPCIÓN	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Terreno	50.000,00	-			-	-	-	-	-	-	-
Construcción de Hostería	250.530,36	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65	1.252,65
Construcción de Complejo Turístico	283.183,11	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92	1.415,92
Construcción Tarabita	75.545,71	377,73	377,73	377,73	377,73	377,73	377,73	377,73	377,73	377,73	377,73
Construcción de Vivero	16.482,70	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27	1.648,27
Construcción de Miradores	4.000,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Senderos Ecológico	19.250,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00	1.925,00
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Adecuación de Centro de Información	1.500,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Capacitación	1.440,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00	144,00
Muebles y Enseres	128.125,00	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50	12.812,50
TOTAL	833.056,88	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07	20.426,07

Fuente: Estudios realizados.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

ANEXO N° 4 DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS POR RUTAS.

DETALLE	VALOR	DEPRECIACIÓN ANUAL	VALOR RESIDUAL	RUTA 1	RUTA 2
Terreno	50.000,00	-	-		
Construcción de Hostería	294,741,60	1,473,71	73,69		1,473,71
Construcción de Complejo Turístico	333,156,60	1,665,78	83,29		1,665,78
Construcción Tarabita	75.545,71	377,73	18,89	188,87	188,87
Construcción de Vivero	16.482,70	1.648,27	82,41	824,14	824,14
Construcción de Miradores	4.000,00	400,00	20,00	200,00	200,00
Senderos Ecológico	19.250,00	1.925,00	96,25	962,50	962,50
Mobiliario Turísticos y Señalización	3.000,00	300,00	15,00	150,00	150,00
Adecuación de Centro de Información	1.500,00	150,00	7,50	75,00	75,00
Capacitación	1.440,00	-	-	-	-
Muebles y Enseres	128.125,00	12.812,50	640,63	6.406,25	6.406,25
TOTAL	927,241,61	20,752,99	1.037,66	8.806,75	11,946,24

Fuente: Estudios realizados.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

## ANEXO N° 5 SUELDOS Y SALARIOS POR RUTAS

PERSONAL	SUELDO	13° SUELDO	14° SUELDO	VACACIONES	APORT. PATRONAL	T.MENSUAL	TOTAL ANUAL	RUTA 1	RUTA 2
Gerente General	1.000,00	83,33	24,33	41,67	111,50	1.260,83	15.130,00	7.565,00	7.565,00
Contador	600,00	50,00	24,33	25,00	66,90	766,23	9.194,80	4.597,40	4.597,40
Administrador 1	400,00	33,33	24,33	16,67	44,60	518,93	6.227,20	6.227,20	6.227,20
Administrador 2	400,00	33,33	24,33	16,67	44,60	518,93	6.227,20		
Recepcionista 1	350,00	29,17	24,33	14,58	39,03	457,11	5.485,30	5.485,30	
Recepcionista 2	350,00	29,17	24,33	14,58	39,03	457,11	5.485,30		5.485,30
Recepcionista 3	350,00	29,17	24,33	14,58	39,03	457,11	5.485,30		5.485,30
Chef	400,00	33,33	24,33	16,67	44,60	518,93	6.227,20	3.113,60	3.113,60
Ayudante de Cocina	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40	2.371,70	2.371,70
Cajero	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40	2.371,70	2.371,70
Mesero	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40	2.371,70	2.371,70
Jardinero	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40		4.743,40
Encargado del Área de Piscina	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40		4.743,40
Encargado del Área Deportiva	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40		4.743,40
Encargada del Área de Limpieza	300,00	25,00	24,33	12,50	33,45	395,28	4.743,40	2.371,70	2.371,70
Guardia 1	400,00	33,33	24,33	16,67	44,60	518,93	6.227,20	6.227,20	
Guardia 2	400,00	33,33	24,33	16,67	44,60	518,93	6.227,20		6.227,20
Repartidor 1	350,00	29,17	24,33	14,58	39,03	457,11	5.485,30	2.742,65	2.742,65
Repartidor 2	350,00	29,17	24,33	14,58	39,03	457,11	5.485,30	2.742,65	2.742,65
						TOTAL	116.091,10	48.187,80	67.903,30

Fuente: Estudios realizados.

Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

ANEXO N° 6 TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRESTAMO.

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	
GASTOS FINANCIEROS	
MONTO	872.983,78
TASA DE INTERES	0,11
PLAZO	5
CAPITALIZACIÓN	12

PERÍODO	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO-CAPITAL	INTERES ANUAL	CAPITAL ANUAL
0				872.983,78		
1	11.843,24	7.733,18	4.110,06	868.873,73		
2	11.843,24	7.696,77	4.146,47	864.727,26		
3	11.843,24	7.660,04	4.183,20	860.544,06		
4	11.843,24	7.622,99	4.220,25	856.323,81		
5	11.843,24	7.585,60	4.257,64	852.066,17		
6	11.843,24	7.547,89	4.295,35	847.770,82		
7	11.843,24	7.509,84	4.333,40	843.437,41		
8	11.843,24	7.471,45	4.371,79	839.065,62		
9	11.843,24	7.432,72	4.410,52	834.655,10		
10	11.843,24	7.393,65	4.449,59	830.205,52		
11	11.843,24	7.354,24	4.489,00	825.716,51		
12	11.843,24	7.314,47	4.528,77	821.187,75	90.322,84	51.796,04
13	11.843,24	7.274,35	4.568,89	816.618,86		
14	11.843,24	7.233,88	4.609,36	812.009,50		
15	11.843,24	7.193,05	4.650,19	807.359,31		
16	11.843,24	7.151,86	4.691,38	802.667,93		
17	11.843,24	7.110,30	4.732,94	797.934,99		
18	11.843,24	7.068,37	4.774,87	793.160,13		
19	11.843,24	7.026,08	4.817,16	788.342,96		
20	11.843,24	6.983,40	4.859,84	783.483,13		
21	11.843,24	6.940,35	4.902,89	778.580,24		
22	11.843,24	6.896,92	4.946,32	773.633,93		
23	11.843,24	6.853,11	4.990,13	768.643,79		
24	11.843,24	6.808,90	5.034,34	763.609,46	84.540,59	57.578,29

PERÍODO	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO-CAPITAL	INTERES ANUAL	CAPITAL ANUAL
25	11.843,24	6.764,31	5.078,93	758.530,52		
26	11.843,24	6.719,32	5.123,92	753.406,60		
27	11.843,24	6.673,93	5.169,31	748.237,29		
28	11.843,24	6.628,14	5.215,10	743.022,18		
29	11.843,24	6.581,94	5.261,30	737.760,88		
30	11.843,24	6.535,33	5.307,91	732.452,97		
31	11.843,24	6.488,31	5.354,93	727.098,04		
32	11.843,24	6.440,88	5.402,36	721.695,68		
33	11.843,24	6.393,02	5.450,22	716.245,46		
34	11.843,24	6.344,74	5.498,50	710.746,96		
35	11.843,24	6.296,03	5.547,21	705.199,76		
36	11.843,24	6.246,89	5.596,35	699.603,41	78.112,83	64.006,05
37	11.843,24	6.197,32	5.645,92	693.957,49		
38	11.843,24	6.147,31	5.695,93	688.261,56		
39	11.843,24	6.096,85	5.746,39	682.515,17		
40	11.843,24	6.045,95	5.797,29	676.717,88		
41	11.843,24	5.994,59	5.848,65	670.869,23		
42	11.843,24	5.942,78	5.900,46	664.968,77		
43	11.843,24	5.890,52	5.952,72	659.016,05		
44	11.843,24	5.837,78	6.005,46	653.010,59		
45	11.843,24	5.784,59	6.058,65	646.951,94		
46	11.843,24	5.730,92	6.112,32	640.839,61		
47	11.843,24	5.676,77	6.166,47	634.673,14		
48	11.843,24	5.622,15	6.221,09	628.452,05	70.967,52	71.151,36
49	11.843,24	5.567,04	6.276,20	622.175,85		
50	11.843,24	5.511,44	6.331,80	615.844,05		
51	11.843,24	5.455,35	6.387,89	609.456,16		
52	11.843,24	5.398,77	6.444,47	603.011,68		
53	11.843,24	5.341,68	6.501,56	596.510,12		
54	11.843,24	5.284,09	6.559,15	589.950,97		
55	11.843,24	5.225,98	6.617,26	583.333,71		
56	11.843,24	5.167,36	6.675,88	576.657,84		
57	11.843,24	5.108,23	6.735,01	569.922,82		
58	11.843,24	5.048,57	6.794,67	563.128,15		
59	11.843,24	4.988,38	6.854,86	556.273,29		
60	11.843,24	4.927,65	6.915,59	549.357,70	63.024,53	79.094,35
61	11.843,24	4.866,39	6.976,85	542.380,85		

PERÍODO	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO-CAPITAL	INTERES ANUAL	CAPITAL ANUAL
62	11.843,24	4.804,59	7.038,65	535.342,20		
63	11.843,24	4.742,24	7.101,00	528.241,20		
64	11.843,24	4.679,34	7.163,90	521.077,30		
65	11.843,24	4.615,88	7.227,36	513.849,94		
66	11.843,24	4.551,85	7.291,39	506.558,55		
67	11.843,24	4.487,26	7.355,98	499.202,58		
68	11.843,24	4.422,10	7.421,14	491.781,44		
69	11.843,24	4.356,36	7.486,88	484.294,56		
70	11.843,24	4.290,04	7.553,20	476.741,36		
71	11.843,24	4.223,13	7.620,11	469.121,26		
72	11.843,24	4.155,63	7.687,61	461.433,65	54.194,83	80.236,44
73	11.843,24	4.087,53	7.755,71	453.677,94		
74	11.843,24	4.018,83	7.824,41	445.853,53		
75	11.843,24	3.949,52	7.893,72	437.959,81		
76	11.843,24	3.879,59	7.963,65	429.996,17		
77	11.843,24	3.809,05	8.034,19	421.961,98		
78	11.843,24	3.737,88	8.105,36	413.856,62		
79	11.843,24	3.666,08	8.177,16	405.679,46		
80	11.843,24	3.593,64	8.249,60	397.429,86		
81	11.843,24	3.520,57	8.322,67	389.107,19		
82	11.843,24	3.446,84	8.396,40	380.710,79		
83	11.843,24	3.372,46	8.470,78	372.240,01		
84	11.843,24	3.297,43	8.545,81	363.694,20	44.379,43	97.739,45
85	11.843,24	3.221,72	8.621,52	355.072,68		
86	11.843,24	3.145,35	8.697,89	346.374,79		
87	11.843,24	3.068,30	8.774,94	337.599,86		
88	11.843,24	2.990,57	8.852,67	328.747,19		
89	11.843,24	2.912,15	8.931,09	319.816,10		
90	11.843,24	2.833,04	9.010,20	310.805,90		
91	11.843,24	2.753,22	9.090,02	301.715,88		
92	11.843,24	2.672,70	9.170,54	292.545,34		
93	11.843,24	2.591,46	9.251,78	283.293,57		
94	11.843,24	2.509,51	9.333,73	273.959,83		
95	11.843,24	2.426,83	9.416,41	264.543,42		
96	11.843,24	2.343,41	9.499,83	255.043,60	33.468,28	108.650,60
97	11.843,24	2.259,26	9.583,98	245.459,62		
98	11.843,24	2.174,36	9.668,88	235.790,74		

PERÍODO	DIVIDENDO	INTERES	CAPITAL	SALDO-CAPITAL	INTERES ANUAL	CAPITAL ANUAL
99	11.843,24	2.088,71	9.754,53	226.036,21		
100	11.843,24	2.002,30	9.840,94	216.195,28		
101	11.843,24	1.915,13	9.928,11	206.267,17		
102	11.843,24	1.827,18	10.016,06	196.251,11		
103	11.843,24	1.738,46	10.104,78	186.146,33		
104	11.843,24	1.648,95	10.194,29	175.952,03		
105	11.843,24	1.558,64	10.284,60	165.667,44		
106	11.843,24	1.467,54	10.375,70	155.291,73		
107	11.843,24	1.375,63	10.467,61	144.824,12		
108	11.843,24	1.282,90	10.560,34	134.263,78	21.339,06	120.779,82
109	11.843,24	1.189,35	10.653,89	123.609,89		
110	11.843,24	1.094,98	10.748,26	112.861,63		
111	11.843,24	999,77	10.843,47	102.018,16		
112	11.843,24	903,71	10.939,53	91.078,63		
113	11.843,24	806,80	11.036,44	80.042,19		
114	11.843,24	709,04	11.134,20	68.907,99		
115	11.843,24	610,41	11.232,83	57.675,16		
116	11.843,24	510,91	11.332,33	46.342,83		
117	11.843,24	410,52	11.432,72	34.910,11		
118	11.843,24	309,25	11.533,99	23.376,11		
119	11.843,24	207,07	11.636,17	11.739,95		
120	11.843,24	104,00	11.739,24	0,70	7.855,80	134.263,08
TOTAL		548.205,72	872.983,08	61.012.893,10	548.205,72	865.295,47

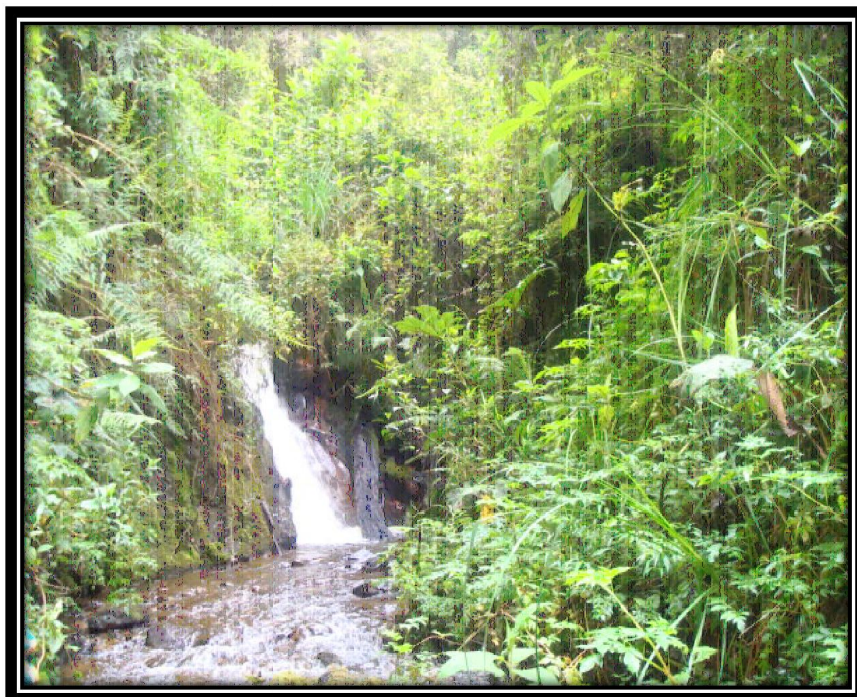
Fuente: Estudios realizados.  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



## ANEXO N° 7 GALERÍA DE FOTOS.

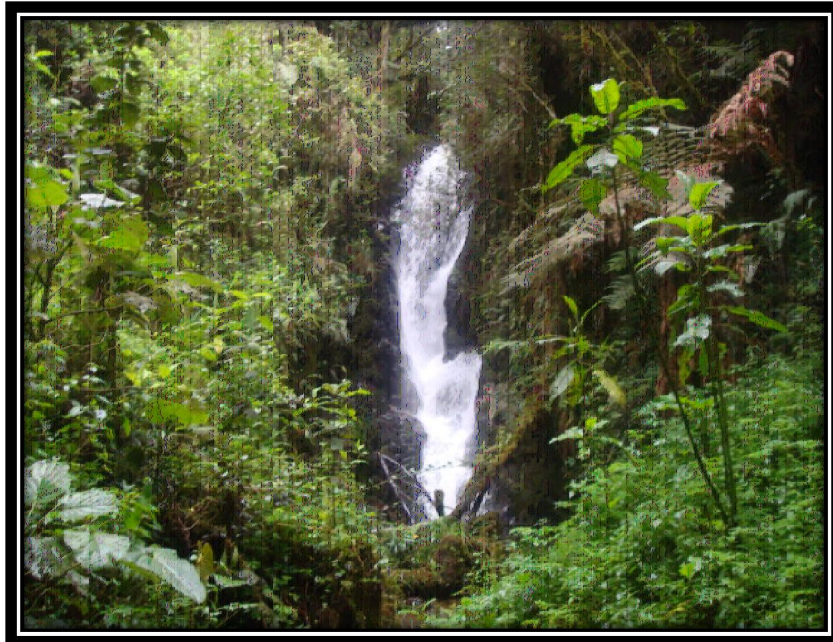


Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.





Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



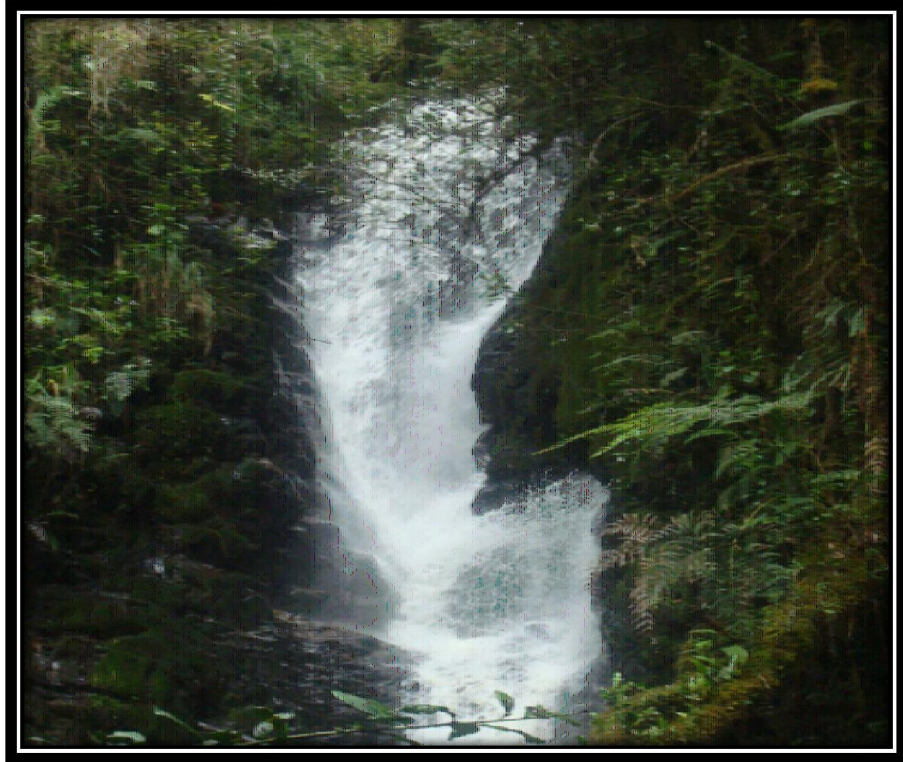


Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.





Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.





Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.



Fuente: Parroquia Julio Andrade  
Elaboración: Jessica Capa y Karina Duarte.

## BIBLIOGRAFÍA

- ❖ ACERENZA Miguel, Administración del turismo, conceptualización y organización, Editorial Trillas, 1991
- ❖ ANDRADE Diego, El marco legal del ecoturismo en el Ecuador , 2000.
- ❖ ARQ. VALENCIA C. Jorge, Diccionario turístico profesional, 2004.
- ❖ ALONSO, H, EDGAR, “Planificación turística”, ed. Trillas, México, 1991.
- ❖ BLANCO, Marvin. “Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio”, San José, Costa Rica, 2008.
- ❖ BINNE Enrique, FRONT Xavier y ANDREU Luisa. Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Editorial E sic, Madrid, 2000.
- ❖ BOULLÓN, Roberto, “Proyectos turísticos: metodología para acertar sin errores”, Ediciones turísticas, Buenos Aires, 2002.
- ❖ BOULLON Roberto. Planificación del espacio turístico. Editorial Trillas, México, 1994.
- ❖ CCD (CORPORACIÓN DE CONSERVACIÓN Y DESARROLLO ), “Desarrollo de proyectos de ecoturismo”, ED. CCD, QUITO, 1995.
- ❖ CAÑADA Ernest, Turismo sostenible y turismo responsable ,2001
- ❖ CARDENAS Fabio, comercialización del turismo, determinación y análisis del mercado, Editorial Trillas, 1999
- ❖ CASASOLA, L. (1990) Turismo y Ambiente. (reimpresión, 1996) México: Trillas.
- ❖ HERNANDEZ, E. “Planificación Turística: Un enfoque metodológico”, México, Editorial Trillas, 1997.
- ❖ MINISTERIO DE TURISMO. “Plan de desarrollo de turismo sostenible para el Ecuador PLANDETUR 2020”.
- ❖ MINTUR. Instructivo para la ejecución de normas y disposiciones del Departamento de Registro y Control.
- ❖ MOCHON, Francisco. “Economía y Turismo”, Mc Graw Hill, 2004.
- ❖ Manual de Turismo, sostenibilidad y proyectos; DTS Consultores, Marzo 2007.
- ❖ OMT. “Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible”, Madrid - España, 1999.
- ❖ Organización Mundial del Turismo (OMT) (WTO), (1993). Desarrollo Turístico Sostenible, Guía para Planificadores Locales. Madrid: OMT.
- ❖ PALOMO PEREZ, Salvador. “El turismo y la cooperación al desarrollo”, Universidad Católica Boliviana, 2008.

- ❖ RUBIO GIL, Ángeles. “Turismo y desarrollo comunitario: nuevas ocupaciones, yacimientos y mercados de empleo”, 2004.
- ❖ R.Lamo. “Una Nueva Cultura Empresarial para el Turismo”. Viajer o VIP Vol. 5, No. 3 (diciembre de 1995), p. 11-13.
- ❖ SAAR Van Haudermeiren(1998), Manual de economía ecológica. Instituto de ecología política.
- ❖ TAPIA, Amílcar. Reseña Histórica de Julio Andrade ,Pag:12 -50

## PAGINAS WEB

- ❖ [http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte\\_extremo](http://es.wikipedia.org/wiki/Deporte_extremo)
- ❖ <http://www.turismo.gob.ec/>
- ❖ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/67/9/CAPITULO%20III.pdf>
- ❖ [http://es.wikipedia.org/wiki/Complejo\\_tur%C3%ADstico\(31/08/09\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Complejo_tur%C3%ADstico(31/08/09))
- ❖ [http://www.madrimasd.org/Emprendedores/servicios\\_emprendedores/guia\\_autoevalua](http://www.madrimasd.org/Emprendedores/servicios_emprendedores/guia_autoevalua)
- ❖ <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>
- ❖ <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- ❖ [http://www.turismo.gob.ec/documentos/ProyectoBID/PIMTE\\_2014\\_Turismo\\_In87](http://www.turismo.gob.ec/documentos/ProyectoBID/PIMTE_2014_Turismo_In87)
- ❖ <http://Evaluación del PIMTE 2003-2006- Análisis de Posicionamiento T&L 2009>
- ❖ <http://Documentos e información de operadores turísticos de AITO. www.aito.co.uk/>
- ❖ <http://Artículos varios de prensa especializada www.prensa.com>
- ❖ <http://www.aito.uk> Asociación de Tour Operadores Independientes del Reino Unido.
- ❖ <http://Journey Latin America Family Holidays / Classic Tours>
- ❖ [http://Goway.com \(www.goway.com \)](http://Goway.com (www.goway.com ))
- ❖ <http://www.visitcostarica.com>
- ❖ <http://www.visitmexico.com>
- ❖ <http://www.mundicolor.es TTOO Español>
- ❖ <http://www.rutadelosol.com>
- ❖ <http://www.labarquita-ec.com>
- ❖ <http://www.ecoturismo-ecuador.com/Reserva-Pululahua.htm>
- ❖ <http://www.pichincha.gov.ec>.
- ❖ <http://www.efufuturo.com>
- ❖ <http://www.vivecuador.com>
- ❖ <http://www.visit-ecuador.com>

- ❖ <http://www.desarrollosustentable.com>
- ❖ <http://www.tecturcoquimbo.d/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf>
- ❖ [www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4\\_8.asp](http://www.madrimas.org/empleo/servicioestrategiaprofesional/manualorientacionprofesional/tema4_8.asp).
- ❖ <http://www.tecturcoquimbo.d/pdfs/Informe-Rutas-Turisticas.pdf>.